

1. Борисов В. Н. Проблема гносеологического и методологического анализа логических форм мышления // Методологические проблемы развития науки и культуры. М., 1976.
2. Гегель. Эстетика: В 4 т. Т. 2. М., 1969.
3. Гегель. Феноменология духа // Соч.: В 14 т. Т. 4. М., 1959.
4. Дидген И. Избр. филос. соч. М., 1941.
5. Дрюк М. А. Синергетика: позитивное знание и философский импрессионизм // Вопр. филос. 2004. № 10
6. Ильенков Э. В. Диалектическая логика. Очерки истории и теории. М., 1984.
7. Кант И. Критика чистого разума // Собр. соч.: В 6 т. Т. 3. М., 1964.
8. Косарева Л. М. Предмет науки. М., 1977.
9. Маркс К. Капитал. Т. 1. М., 1973.
10. Науменко Л. К. Монизм как принцип диалектической логики. Алма-Ата, 1968.
11. Пивоваров Д. В. Условно-графические схемы в преподавании философии // Использование наглядных пособий и ТСО в преподавании философии. Свердловск, 1979.
12. Плотников М. А. Генезис основных логических форм. Л., 1967.
13. Степин В. С. Становление научной теории. Минск, 1976.
14. Степин В. С. Структура и эволюция теоретических знаний // Природа научного познания. Логико-методологический аспект. Минск, 1979.
16. Фейербах Л. Сущность христианства. М., 1965.

О. В. ЛАРИНА

КРЕАТИВНОСТЬ И ЭТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИЗАЙНЕРА: ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Одна из наиболее характерных черт современного дизайна это динамичность расширения сфер применения. Дизайн воспринимается как средство продвижения товара на рынке (экономическая составляющая), как способ формирования визуальных образов, их образцов и, далее, общественного сознания и мнения. Дизайн становится мощным универсальным средством управления психикой и поведением.

«Магия дизайна» спровоцировала широкий интерес к *внешним* атрибутам профессии, результат – процветание прилагательного, «карликового дизайна» (дизайн ногтей, евродизайн и т.д.), *девальвация* статуса профессии. «Современный дизайн в значительной степени удовлетворял только мимолетные желания, в то же время как подлинные потребности человека часто остаются без внимания. Удовлетворить экономические, психологические, духовные социальные, технологические и интеллектуальные запросы человека обычно сложнее и не так выгодно, как тщательно спланированные и поддающиеся манипуляции «желания», насаждаемые обычаем и модой» [4, с. 7]. В то же время во многом невостребованным остается *эвристический, творческий, эстетический* потенциал дизайна. То, что составляет основу гуманного дизайна XXI века.

Но реалии отечественного дизайна отражают и формируют морально-этические установки социума. «Утрата чувства социальной справедливости и достоинства дизайнерской профессии... может привести к размыванию понятий «дизайнерская деятельность», «дизайн» и, по существу, к самоликвидации профессионального, эстетически и этически значимого дизайнерского творчества. Гуманный дизайн XXI века находится в диалектической социально-экономической и культурно-исторической зависимости так же, как и формирование эстетически значимых аксиологических ценностей, жизненных стандартов» [5, с. 58].

Находясь на стыке духовного и материального производства, дизайн вбирает в себя как достоинства, так и недостатки этого «посреднического состояния». Обращаясь к дизайну XXI века как к явлению целостному, важно отметить, что приоритетной позиционируется *гуманитарная* функция, в которой заложены предпосылки формирования профессиональной этики, основы воспитания *целостного духовного акта*, как в процессе творчества, так и в восприятии произведения.

Интегрированный, прогностичный дизайн XXI века определяет границы ответственности дизайнера его общественной и нравственной позицией, сформированной задолго до того как он приступит к работе. Так, соглашаясь проектировать тот или иной объект, дизайнер принимает целеполагающее, векторное решение, основным становится вопрос: окажется ли его дизайн на стороне общественного блага или нет? Ответ на этот вопрос лежит в сфере профессиональной этики, в основании которой лежит *аксиологический* фундамент.

Стремительное расширение сфер применения дизайна пропорционально увеличивают *ответственность* за смоделированную предметную, а при более широком взгляде и социальную среду. Содержание гуманного дизайна, таким образом, может быть представлено в качестве синтезированных, взаимообусловленных компонентов и различных содержательных уровней:

- *аксиологический* (духовно-ценностный), где заложена основа развития сознания личности дизайнера от душевной стадии к духовной, на этом уровне воспитывается воля к *совершенству*, постигаются наиндивидуальные ценности, нравственные, правовые и др., происходит укоренение духа в совершенное содержание *культуры* и дальнейшая конкретизация ценностного сознания;

- *креативно-антропологический* – основанный на развитии основных духовных сил – теоретического мышления, продуктивного воображения, эстетического созерцания, нравственной воли, одухотворенной веры, любящего сердца и совести. Целостность этих сил дарует полноту переживания и понимания. Одновременно развивается профессиональное восприятие чувственной реальности в культурно-развитых эстетических формах. Миропонимание и миропереживание перерастают здесь в целостный духовный акт проектирования, что является основой формирования особенных социальных и профессионально-практических умений;

- *социально-технологический* (операционно-практический) – содержанием, которого является реальная практическая деятельность дизайнера, основанная на аксиологической базе и осуществляемая через акт духовного проектирования. Проектирование, на основе реальных потребностей человека и для человека есть основной вектор применения продуктивно-творческих сил дизайнера, результаты которого, затем обретают свое место в мире культуры.

Живая, пульсирующая структура гуманного дизайна являет собой основу профессиональной компетентности дизайнера, этический аспект которой, позволяет выбирать направления деятельности на пути к социальной *синергии*. Нужно отметить, что этика деятельности дизайнера неразрывно связана с профессиональной социальной компетентностью. Гончаров С.З, в исследовании сущности гуманитарного образования, определяет это понятие как «интегративное социальное качество личности, включающее в свой состав ясное ценностное понимание социальной действительности, конкретное социальное знание как руководство к действию, субъективную способность к самоопределению, самоуправлению и нормотворчеству; умение осуществлять социальные технологии в главных сферах жизнедеятельности (в системе социальных институтов, норм и отношений) согласно должному уровню культуры, нравственности и права» [1, с. 102].

Организации внешней среды предполагает организацию внутреннего мира дизайнера. В соответствии с ним будет проектироваться новый строй и порядок. В данном случае, порядок – это разделение, обособление, выбор принадлежащих и установление новых, жизненно необходимых связей. Организация пространства означает, в частности, отделение существенного от несущественного, придание существенному вес и значение [2, с.79]. Процесс суждения касается всех основополагающих сторон деятельности дизайнера, как необходимое и творческое выражении жизни. Дизайнер, моделируя пространство, на основе внутреннего, целостного содержания, потенциально формирует и определяет собственную индивидуальность. Индивидуальность художника и возможность проявить эту индивидуальность – основа творчества, дизайнера, его профессиональной, художественной медитации. Задача профессионального среднего образования, в этом ключе представляется следующей:

- способствовать формированию аксиологической шкалы будущего дизайнера, в русле интегрированного, социально-ориентированного дизайна;
- сформировать представления о конкретной социокультурной ситуации, о месте интегрированного дизайна в ней;
- заложить основы профессионально-ответственного сознания будущего дизайнера путем непосредственного вовлечения в социально-актуальные проекты;
- создать условия для отработки умений и навыков, применимых в реальных практических условиях.

В процессе обучения специалистов-дизайнеров, формирование аксиологической базы выходит на первый план. Очевидной

необходимостью в процессе обучения становится обозначение социальной ответственности, которая возрастает с *расширением* дизайн-потенциала в различных сферах применения. Причем, формирование у студентов социально-ориентированных установок необходимо осуществлять на теоретическом и практическом уровнях параллельно. На практике такие установки могут реализовываться в непосредственном участии студентов в социально-ориентированных дизайн-проектах. В таком случае сам студент исследует ситуацию, работает в коллективе, изучает потребности людей, создает и использует график процесса проектирования и приобретает новые умения и знания. Виктор Папанек, проводивший в жизнь принципы интегрированного, социально-ориентированного дизайна, так описывает результаты работы финской multidisciplinary команды студентов-дизайнеров, по проектированию развивающего комплекса для детей-инвалидов: «На интерактивном уровне в процессе обучения был приобретен следующий опыт:

1. Студент научился находить, идентифицировать и обозначать проблему. При этом он (или она) взаимодействовал с другими членами multidisciplinary коллектива и участвовал в полезном рабочем процессе бок о бок с представителями потребительской группы, о существовании которой и ее потребностях и не подозревал.

2. Благодаря своей работе он заставил клиентов осознать, какие перспективы открывает перед ними дизайн, и удовлетворил их потребности хотя бы частично.

3. Работая с потребительской группой, он узнал:

а) о потребностях группы;

б) о недостаточной осведомленности общества о потребностях группы или о самом ее существовании;

в) о циничном безразличии и многих правительственных и промышленных структур к подлинным потребностям людей;

г) о неспособности традиционного дизайна в том виде, как он преподается, справиться с подлинными социальными проблемами;

д) о существовании методов и дисциплин, которые могут удовлетворить эти потребности;

е) о недостаточном внимании к преподаванию в колледже этики дизайна.

4. Студент, завершивший эту работу, дающую настоящее удовлетворение, уже не сможет заниматься дизайном, критерий которого только «хороший вкус», и впредь всегда будет немного стыдиться, проектируя «миленький, симпатичный» тостер» [4, с.353].

Проектная деятельность вплетена в ткань общего культурного процесса и обладает чертами динамического производства – материального в духовном и духовного в материальном [3, с. 11]. Теория и методика дизайна утверждают синхронность визуальной модели художественно-организованного объекта и символического кодирования, с последующим раскодированием в повседневном использовании.

Продукт дизайна (каким бы он не являлся, от упаковки до визуализации политической пропаганды) несет на себе портретные черты своего времени.

Причем, в этот своеобразный дизайн-портрет входят не только более или менее профессиональные образцы деятельности дизайнера, т.е. результаты, но условия и причины их породившие.

В теории дизайна подробно описаны его способности регулировать динамику системы потребления на рынке. Во многом, этим продиктовано постоянное стремление к использованию передовых технологий как визуальных, так и информационных. В арсенал дизайнера входят не только постоянно совершенствующиеся приемы создания того или иного продукта, (программное обеспечение, расширенное информационное поле, где доминирующую позицию занимает всемирная сеть – Интернет и т. д), но и приемы более адекватного, успешного воздействия на потребителя (психосоциологические факторы восприятия). Эти качества дизайн-процесса обусловлены объективно. В структуре обучения необходимо акцентировать специальные дисциплины как социально-ориентированные, в основе использования которых заложена профессиональная этика, например, в курсе «Дизайн в сферах применения».

Обозначенная выше ситуация, может находить различные пути решения. В условиях среднего профессионального художественного образования предпочтительным становится составление отдельного курса «Этика в профессии дизайнера». Основой данного курса является постановка вопроса о взаимоотношениях художника и общества, рассмотрение этих взаимоотношений как профессионально-этических, в историческом и современно-практическом аспектах.

Обобщая вышесказанное можно сделать следующие выводы: дизайн, несомненно, является многомерным явлением. Многомерность, как и многофункциональность дизайна – производное от тех сфер, в которых он зародился, и где дает свои плоды. Дизайн прочно связан с реалиями экономики и рынка, в тоже время, по сути своей он – составная часть культурной ткани общества. В силу этого возрастает социальная ответственность профессионала не только за качественный уровень эстетической «внешней» стороны продукта, но за наполненность его «внутренним» содержанием.

Дизайн, обладает целым спектром имманентных особенностей и ценными социальными функциями. К их числу относятся, заимствованные у культуры и опосредованные дизайном:

- передача социального опыта и информации от одного поколения к другому через эстетизацию предметного мира, и в более широком смысле, культурного пространства;

- регулирование общественных отношений, путем создания разнообразных моделей отношений человека и среды с помощью моделирования смысловой образности формы, соотношения формы и функции, стимуляции сбыта товара на рынке;

- осуществление коммуникации между людьми по поводу производства и освоения культурных ценностей;

- воспитывающая функция, гармонизация телесно-чувственной и духовной жизни, созидание чувственности по законам красоты;
- креативно-антропологическая функция: воспитание целостности продуктивно-творческих сил личности.

Гуманизация процессов дизайнерской деятельности в современном обществе и ее развитие в будущем определяют меру «духовности» дизайна. Можно сказать, что *художественный* потенциал многих веков и многих эстетическо-пространственных характеристик и определяет магическую жизненность дизайна, который сам по себе без эстетического капитала безлик. Дизайнерская деятельность, основанная на профессионально этике и социальной компетентности, по сути своей обладает реальным потенциалом, является мощной силой формирования гармоничного предметного окружения и развития сущностных сил человека.

Литература

1. Гончаров С.З. Креативно-антропологические основы гуманитарного образования // Вестник Учебно-методического объединения по профессионально-педагогическому образованию. 2004. № 1 (35).
2. Вопросы технической эстетики. М., Искусство, выпуск 2, 1970., с. 79
- Папанек В. Дизайн для реального мира. М.:Издатель Д.Аронов, 2004. С.353.
3. Маркс К., Энгельс Ф. Избранные произведения. В 3-х т. Т. 1. М., 1985.
4. Папанек В. Дизайн для реального мира. М., 2004.
5. Шеин Р. Диалектика дизайна. 2004.

Н. В. ПОПОВА

ИССЛЕДОВАНИЕ ЖИЗНЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЫХ РАБОТНИКОВ СОВРЕМЕННОГО ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК НЕОБХОДИМАЯ ПРЕДПОСЫЛКА РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ

Глубокие социально-экономические перемены, происходящие в стране, повлекли за собой изменения в системе жизненных ценностей людей и создали условия для изучения комплекса ценностей.

Жизненные ценности показывают область ориентаций человека. И, соответственно, могут стать мотивом для объединения с другими людьми, имеющими сходные проблемы. Ценности лежат в основе высказываний человека о собственных проблемах. Проблемы являются для людей источником беспокойства и стимулом к активности. Формулируя проблемы, человек обозначает область своих забот (быт, семья, работа, самосовершенствование, общественные интересы) и источник их возникновения: он сам, другие люди и обстоятельства. Изучая ответы респондентов на вопросы о собственных проблемах, можно определить приоритетные ценности работников современного предприятия.

Данная статья основана на результатах социологических и социально-психологических исследований системы жизненных ценностей работников промышленного предприятия, аспектов жизнедеятельности, а также проблем работающей молодежи.