

плексность мышления специалиста и составляющие его уровень ремесла в процессе овладения мастерством) для успешного осуществления трудовой деятельности (связанной с общей специальностью) и способность к их транспозиции в другие профессиональные сферы (по дополнительной специальности), связанные с работой на предприятиях ремесленного профиля.

**Л. А. Ермолина**  
г. Москва

## **ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ДИЗАЙНА: ЕВРОПЕЙСКИЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ**

В истории обучения дизайну есть множество подтверждений того, что обучение в прошлом строилось для поддержки и развития практического дизайнера. Французские художественные школы XIX века, готовившие мастеров для мануфактур, эволюционировали от общеобразовательных ремесленных училищ. Национальная школа искусств и мануфактур, открытая в Париже в 1829 г., включила в свой обучающий традиционным основам художественных ремесел курс основы механики, физики, химии, из этой школы выходили специалисты, соединявшие в одном лице художника, инженера и архитектора.

А в 1919 г. в Германии Вальтером Гропиусом была создана экспериментальная школа прикладного искусства Баухауз. Это был центр развития художественных идей и методов художественного конструирования, сочетавший идеологическую, педагогическую и практическую деятельность. В основе системы обучения лежала структура средневековых ремесленных цехов "ученик - подмастерье - мастер". На вооружение было взято содружество "искусство + наука + техника" - как в средневековой гильдии, где давали навыки добротного мастерства.

Эта организация сумела обеспечить контроль за художественным качеством продукции, помогла привлечению в промышленность одаренных художников, устраивала многочисленные выставки и конкурсы, вела активную пропаганду достижений немецкой индустрии в самых широких кругах, осуществляла большую издательскую деятельность, организовывала специальные курсы для предпринимателей, лекции для продавцов, уделяла особое внимание подготовке кадров художников для промышленности.

Пример осуществления дизайнерской деятельности в Германии – это подлинный успешный пример и руководство к действию, способствующее укреплению торгово-экономических связей, просвещению бизнес-сферы и обоснованному дизайн-обучению и образованию. Несомненно, есть положительные примеры школы российского дизайнерского образования. Удачный опыт школы Баухауз можно соотнести с современной Уральской государственной архитектурно-художественной академией, в которой поддерживается единство искусства, архитектуры, декоративно-прикладного искусства и технических разработок.

Другая параллель между уральской архитектурно-художественной академией и школой Баухауз – кадровый состав. Многие преподаватели академии связаны с производством и профессионально работают в той области, которая находится в поле их преподавания. Так было и в немецком Баухаузе – выдающиеся архитекторы, известные художники, модные дизайнеры преподавали в этой школе, поэтому она и была связана с передовыми и активно развивающимися областями деятельности человека (и в творческом плане и в экономическом).

Современный российский промышленный дизайн сформировался по другому – он выкристаллизовался из графического дизайна, рекламной графики, поэтому становятся понятны проблемы в этой области: отсталость технологического и технического обеспечения, неосведомленность представителей бизнеса по поводу особенностей промышленного дизайна, разрыв обучения специалистов и потребностей производства.

По поводу обучения российских дизайнеров хочется отметить следующее: смысл современного дизайна не сводится лишь к разработке продукта, а означает практически всестороннее исследование, проектирование и контроль "жизненного цикла" продукта в материальных и нематериальных аспектах: выявление рыночных предпосылок к его созданию, все стадии проектирования, производства и вывода на рынок, вплоть до взаимодействия с потребителем и конечной утилизации продукта, а также влияние данного продукта и заложенных в нем возможностей на последующие поколения, на внутреннюю корпоративную культуру и имидж компании, на рыночную среду и общество в целом. Вот почему, студенты, обучаясь по специальности "промышленный дизайнер" во многих российских высших учебных заведениях не в полной мере учатся своей профессии, т.к. в большинстве российских высших и средних специальных учебных заведе-

ниях только разработка проекта чаще всего является единственным пунктом в обучении.

Автор статьи предлагает свое определение промышленного дизайна. Промышленный дизайн – это междотраслевой вид проектной деятельности человека, в котором в единстве материального и духовного в результатах промышленного производства воплощаются образность, системность и инновационность. В данном определении подчеркивается, что промышленный дизайн должен нести культурный образ той страны, в которой он осуществляется, ведь даже через дизайнерскую деятельность должна осуществляться культурная идентификация человека со своей историей, богатством и традициями страны. Системность в промышленном дизайне предполагает единство эстетики и технологичности в изделии, оправданности и востребованности продукции предприятия, а инновационность – это необходимое условие современного промышленного дизайна.

Подводя итог, хочется отметить, что для успешного развития любой области, в том числе и дизайнерской, необходимы: политика и конкретные цели со стороны государства, единство и сплоченность всех участников коллектива, энергичность и творчество людей, материальная поддержка. Необходима преемственность в образовательной системе, от первых шагов в изучении основ дизайна, его истории, эстетики, психологии в общеобразовательной средней школе до широкого внедрения в ведущих высших учебных заведениях страны этого опыта и комплексного обучения, построенного на продвижении искусства, ремесел, науки, техники с применением этих наработок в производстве и в различных сферах жизни человека.

**А. Н. Ковтунова**  
г. Екатеринбург

## **УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕМЕСЛЕННОГО ТИПА В ЯПОНИИ**

Во всем мире научно-технические и экономические достижения Японии ассоциируются, прежде всего, с именами нескольких десятков крупнейших корпораций (Toyota motor, Hitachi, Sony, Toshiba, Canon и др.). Между тем, существенный вклад в развитие этой страны вносит малый и средний бизнес. В Японии отнесение предприятий к малым и средним осуществляется в зависимости от величины уставного капитала и численности работающих: на