

Е. Э. Павловская, А. В. Киселева
Е. Е. Pavlovskaya, A. V. Kiseleva
*ФГБОУ ВО «Уральский государственный
архитектурно-художественный университет», Екатеринбург*
Ural state university of architecture and art, Ekaterinburg
digra2006@list.ru, kav.7311@mail.ru

К ВОПРОСУ О «ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТЕ» КАК ИННОВАЦИОННОМ НАПРАВЛЕНИИ В ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ-ДИЗАЙНЕРОВ

TO THE QUESTION ABOUT «DESIGN MANAGEMENT» AS AN INNOVATIVE DIRECTION IN PREPARING STUDENT DESIGNERS

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос о новом концептуальном направлении подготовки специалистов в сфере дизайна – «дизайн-менеджмент», поскольку современный дизайнер должен не только обладать профессиональными знаниями и навыками, формировать целостный гармоничный образ в соответствии с поставленной задачей, создавать новые перспективные имиджевые проекты на основе современных информационных технологий, прогнозировать будущие тенденции дизайна, но и владеть инструментами бизнеса, быть ориентированным на рынок и конечного потребителя, помогать организациям принимать решения по вопросам дизайна.

Abstract. This article discusses the issue of a new conceptual direction of training specialists in the field of design - “design management”, since a modern designer should not only have professional knowledge and skills, create a holistic harmonious image in accordance with the task, create new promising image projects, on based on modern information technology, predict future design trends, but also own business tools, be market oriented and end-user people helping organizations make design decisions.

Ключевые слова: дизайн-менеджмент, профессиональная подготовка, проект, креативность, бизнес-проект.

Keywords: design management, training, project, creativity, business project.

Система подготовки студентов-дизайнеров – важный фактор культурного и духовного развития страны. Современная интеграция системы образования Российской Федерации в Европейское пространство высшего образования выдвигает новые задачи по подготовке специалистов по дизайну и модернизации ее содержания. Дизайн всегда был и остается неотъемлемой частью искусства, которое касается многих сфер человеческой деятельности. Талантом дизайнеров создается огромное количество самой разнообразной продукции, окружающей нас.

Динамичное развитие мирового дизайна и связанные с этим изменения стандартов восприятия визуального ряда актуализируют потребность в высокопрофессиональных специалистах, которые умеют не только обладать профессиональными знаниями и навыками, но и творить целостный гармоничный образ в соответствии с поставленной задачей, создавать новые перспективные имиджевые проекты на основе современных информационных технологий, прогнозировать будущие тенденции дизайна.

Учитывая запросы современного креативного общества в технологическом, художественно-композиционном качестве «продуктов» дизайна и, собственно, к профессиональному уровню самих дизайнеров, все это тре-

бует качественных изменений и разработки новых концептуальных направлений подготовки специалистов в сфере дизайна [2].

Одним из таких направлений является «дизайн-менеджмент», цель которого раскрыть механизмы, позволяющие «упорядочивать деятельность дизайнера на всех уровнях создания конкурентного преимущества, с момента полной неопределенности перед стартом проекта вплоть до исполнения конкретных дизайнерских решений. Дизайн-менеджмент выполняет роль связующего звена между дизайн-мышлением, дизайном, технологией, бренд-менеджментом, маркетингом и корпоративным управлением на внутреннем и внешнем уровне деятельности компании» [1, с. 57].

Авторство англоязычного термина «design-management» приписывают Королевскому обществу искусств (Великобритания), учредившему в середине 60-х годов премию Design Management Awards за достижения в сфере управления проектами. С этого времени не только термин, но и означаемая им деятельность обрели высокий социальный статус, а программы «Дизайн-менеджмент» стали отдельными направлениями в системе художественного образования или вошли составной частью в образовательные программы по направлению подготовки самых разных направлений в сфере дизайн-образование в большинстве ведущих вузов Европы, США и Юго-Восточной Азии. Соединенные в одном термине креативность, как символ дизайна и управления, как смысл менеджмента, характеризуют широко распространенную образовательную технологию, позволяющую решать различные научные задачи как технического, так и гуманитарного плана [4].

В отечественное научное пространство понятия «дизайн» и «менеджмент» вошли почти одновременно, в конце 80-х – начале 90-х годов прошлого столетия. При этом на протяжении двух десятков лет их существование происходило практически параллельно – без особого взаимного интереса друг к другу. Пройдя недолгий путь от социального отрицания («менеджер» и «дизайнер» выражали отрицательную коннотацию) до прочного утверждения в повседневной жизни. Первое публичное объединение на уровне терминологии произошло около десяти лет назад, в 2009 году, когда впервые в России была заявлена образовательная программа «Дизайн-менеджмент» в московском филиале Британской высшей школы дизайна и был создан информационно-образовательный ресурс в сети Интернет - «design-management.ru» [7].

Дизайн-менеджмент – это «инструмент бизнеса, ориентированный на рынок и конечного потребителя, который помогает организациям принимать решения по вопросам дизайна, как вовне, так и внутри бизнес-процесса» [5].

На сегодняшний день в педагогической литературе можно выделить два подхода к пониманию стратегии «дизайн-менеджмент», суть которых отражает семантическую двойственность, заложенную в самом термине.

Согласно первому подходу, дизайн-менеджмент – это управление дизайн-процессами с использованием принципов менеджмента, второй

подход предполагает использование инструментария дизайна в управлении бизнес-процессами. Соответственно, адресованы эти подходы различным профессиональным аудиториям: а) дизайнерам, которых нужно обучить тому, как правильно выстраивать творческие процессы и взаимоотношения с заказчиками, как выгодно продать себя или организовать собственный дизайн-бизнес; и б) менеджерам различного уровня, которых убеждают в том, что «методы и технологии, которые использует профессиональный дизайнер для создания предметов, могут быть очень успешно использованы для решения бизнес-задач, стоящих перед руководителями компаний... Дизайн-менеджмент эффективно помогает переосмыслить суть бизнеса, лучше понять потребности клиентов, найти уникальную и прибыльную нишу для стартапа и даже реализовать благотворительный проект» [3].

Одним из примеров реализации такого направления является разработанная и внедренная программа в Высшей экономической школы СПбГЭУ «Дизайн-менеджмент – стратегия развития бизнеса», цель которой научить, как при помощи инструментария дизайна решать сложнейшие управленческие проблемы: от разработки проекта, до выведения на рынок проектов, отвечающих многоцелевым потребностям, и обеспечения эмоциональной и эстетической связи продукта или услуги с пользовательскими ожиданиями. Универсальные принципы дизайна могут быть успешно адаптированы для бизнеса.

Рассматривая глобализационные, методологические и практико-ориентированные предпосылки для внедрения «дизайн-менеджмента» в систему подготовки будущих дизайнеров, следует предположить, что этот подход будет способствовать интеграции профессиональных и личностных качеств будущих специалистов, соответствующей мотивации по освоению знаниями, целенаправленным применением их в планировании и реализации профессиональной деятельности [6]. Это, в свою очередь, будет мотивировать обучающегося к развитию собственных способностей, самореализации в социально полезной деятельности, что обеспечивает профессиональное становление. Поскольку в обществе существует устойчивый запрос на высококачественные продукты дизайна, на специалиста-профессионала по системной реализации готового продукта и наконец, на личность, способную активизировать новые проблемы философского содержания, решение которых требует анализа динамических изменений, происходящих в мировом сообществе, а также динамику их развития, с позиции культурного прошлого и национальной идентичности.

Список литературы

1. Браун, Т. Дизайн-мышление: от разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей / Тим Браун; пер. с англ. В. Хозинского. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 256 с. Текст: непосредственный
2. Волкова, Н. А. Аспекты развития дизайна в образовательной системе современного общества / Н. А. Волкова. Текст: непосредственный // Педагогическая наука и практика. 2018. № 4 (22). С. 83–85.

3. Сысоева, Т. Л. Продвижение бренда на основе концепции дизайн-менеджмента / Т. Л. Сысоева, Д. В. Семенова. Текст: непосредственный // Управленец. 2014. № 4 (50). С. 48–55.

4. Тохчукова, Д. З. История развития зарубежного дизайн-образования / Д. З. Тохчукова. Текст: непосредственный // Мир науки, культуры, образования. 2016. № 6 (61). С. 138–139.

5. Best, K. Design Management: Managing Design Strategy, Process and Implementation (Required Reading Range) / K. Best. AVA Publishing; 1st edition (November 15, 2006). 216 p.

6. Romantsev, G. M. Project Method in Forming Legal Competence among Workers at Small Handicraft Enterprises / G. M. Romantsev, A. V. Efanov, E. Yu. Bychkova, T. M. Papsheva, I. A. Papshev // International Journal of Advanced Biotechnology and Research. 2017. № 8 (4). P. 1275–1284.

7. Universal design award. Tente media. URL: <https://www.tente.com/kren/cms/universal-design-award/374.html>.

УДК 37.034

Т. Б. Падерина

T. B. Paderina

ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», Екатеринбург
Russian state vocational pedagogical university, Ekaterinburg
ptb70@mail.ru

ЗНАЧЕНИЕ ПРАВСТВЕННОСТИ В ВОСПИТАНИИ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА

SIGNIFICANCE OF MORALITY IN EDUCATION OF THE PERSONALITY OF THE CHILD

Аннотация. В статье актуализируются и обосновываются проблемы формирования нравственности, духовности, человечности в современном обществе. Представлены результаты поиска ресурсов для формирования нравственности в обществе. Воспитание рассматривается как исторический процесс самовыражения, самосознания народа. Выявлены факторы, ведущие к кризису нравственности общества.

Annotation. The article discusses the relevance of the concepts of morality, spirituality, and humanity to modern society. Search for resources for the formation of morality in society. Education as a historical process of self-expression, self-consciousness of the people. The author analyzes the factors leading to the crisis of society's morality.

Ключевые слова: духовно-нравственное воспитание, нравственность, ценность, кризис нравственности, народные педагогические идеи.

Keywords: spiritual and moral education, morality, value, crisis of morality, folk pedagogical ideas.

Вопросы формирования нравственности у подрастающего поколения во все времена привлекали внимание философов, педагогов, религиозных деятелей. Явления и события, происходящие в современном обществе, нередко способствуют разрушению нравственных норм, традиций, обычаев. Они настолько серьезны, что вызывают обеспокоенность педагогов, родителей, ученых, руководства страны, что в немалой степени способствует появлению ряда нормативных документов, регулирующих процессы вос-