

Література

1. Основы корпоративной культуры : учебно-методический комплекс [Электронный ресурс] / сост. С. А. Левина. – Режим доступа : http://www.sziu.ru/media/uploads/osn_korp_kult.pdf.
2. Разумова Е. Д. Формирование основ корпоративной культуры будущих менеджеров в процессе профессиональной подготовки в вузе : дис. канд. пед. наук : 13.00.08. – М., 2008.–157 с.
3. Саєнко Н. В. Формування компетентного фахівця у процесі культурологічної підготовки студентів технічних ВНЗ / Н. В. Саєнко // Нова педагогічна думка. – 2012. – № 1. – С. 230-233.

УДК 159.9:378:7.071.1

САМОАКТУАЛІЗАЦІЯ СТУДЕНТІВ-ДИЗАЙНЕРІВ У КОНТЕКСТІ ХУДОЖНЬОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*Більдер Н. Т., доцент
Харківська державна академія дизайну і мистецтв*

Навчальні заклади України різного рівня акредитації навчають дизайнерів за актуальними напрямками, але не всі студенти готові до професійної та особистісної само актуалізації в умовах конкуренції на сучасному арт-ринку. За аналізом вакансій на ринку праці, однією із самих популярних на сьогодні, є професія графічного дизайнера. Отже, окрім важливості цієї професії в сучасному соціумі, усередині неї існує величезна конкуренція, оскільки умови цієї роботи притягають велику кількість претендентів.

Сфера управління інформацією як найбільш актуальна і перспективна для реалізації креативного потенціалу особи потребує фахівців з розвиненим і яскраво вираженим творчим, ініціативним мисленням, із здібностями і навичками, які розвиває саме дизайнерська освіта.

Для розуміння особливостей формуванням особової ідентичності студентів-дизайнерів видається продуктивним звернення до поняття «Художня комунікація», що припускає не лише вироблення єдності, але і розуміння відмінностей. Художня комунікація – полісуб'єктна взаємодія, здійснення інтелектуально-творчого взаємозв'язку автора і реципієнта, передача останньому художній інформації, що містить певне відношення до світу, художню концепцію, сукупність ціннісно-сміслових стосунків : «Я» – світ художньої реальності", «Я» – автор твору», «Я» – для себе», «Я» – для інших», центром яких є особистість студента.

У зв'язку з усіма складнощами професії дизайнера, украй важливо враховувати усі її соціальні і культурні аспекти застосування, щоб сформувати максимально ефективний набір дисциплін, що викладаються. Вивчення дисциплін гуманітарного циклу, зокрема – основ психології, сприяє інтелектуальній суворості, яка дає імпульс розумовим процесам.

М.С. Подобєд, аналізуючи тенденції сучасного дизайну, відмічає, що в графічному дизайні відсутність взаємозв'язку візуальних елементів з навколишнім простором і смисловим значенням призводить до появи хаотичної і безладної візуальної комунікації. [1]

Графічний дизайнер і педагог Мередіт Девіс в статті «Raising the Bar for Higher Education», стосовно вищої освіти в області дизайну, упевнена, що гуманітарні науки мають бути також частиною Тези Дизайну або Фундаментального курсу (як правило, в четвертий рік навчання). М. Девіс пише, що педагоги по дизайну бачать, що весь цей час: дитина, яка займалася Фотошопом в середній школі, так і використовує усі фільтри і

ефекти, тому що вони виглядають привабливими. Але якщо робота не наповнена глибоким змістом, то вона безглузда [2].

Арт-директор, журналіст і критик графічного дизайну, Стівен Хеллер, в статті «The Education of a Graphic Designer», присвяченій сучасному навчанню графічних дизайнерів, пише, що будь-які посадовці або установи, які стверджують, що передали повну майстерність графічного дизайну (з усіма його мультидисциплінарними складнощами) менше ніж за чотири роки, обманюють себе і усіх інших. Насправді, вони мають на увазі те, що техніка і технологія можуть викладатися через інтенсивні класи в обмеженому терміні (насправді, де завгодно від шести місяців до чотирьох років), але це – тільки одна частина з усього необхідного, що включає освіту сучасного графічного дизайнера. Концептуальні, стратегічні, психологічні, маркетингові і інші, абстрактні і практичні проблеми є ключовими [3].

Отже, необхідно, для забезпечення конкурентоспроможності дизайнерів, посилити навчальний блок гуманітарних наук. Завдяки цьому, майбутні фахівці цієї галузі матимуть широкий кругозір і велике культурне знання.

Для подальшого професійного навчання і розвитку також необхідно сполучити колективний процес навчання з індивідуальними запитами студентів-дизайнерів, що вимагає ретельного вивчення процедур особистісного й навчального самооцінювання. При цьому необхідно розмежувати мотиваційні фактори особистісної самооцінки і навчальне самооцінювання суб'єктів навчання в художньому виші.

Особистісна самооцінка – найважливіший параметр структури особистості, що становить собою одну з вищих потреб людини, поряд із потребами в пізнанні світу, самопізнанні, самоактуалізації, самореалізації і соціальному самоствердженні.

Отримавши диплом, випускники вишів включаються в конкурентну боротьбу, умови та правила якої вони не завжди встигають засвоїти за час вчення. Участь в конкурентній боротьбі передбачає наявність такої якості особи, як конкурентоспроможність, яка розглядається як досягнення та успіх в діяльності. Конкурентоздатні особи значно легше адаптуються до вимог соціального середовища, досягаючи більш високого рівня професійного і особового розвитку. При розвитку конкурентоспроможності у студентів підвищується мотивація до процесу вчення, зростають вимоги до якості освіти, що здобувається, і удосконалюються особово-професійні якості.

Навчання дизайнера це не лише навчання фахівця з широким кругозором, великим обсягом гуманітарних знань, високим рівнем професіоналізму.

На наш погляд, для підвищення ефективності діяльності і створення умов для самоактуалізації, необхідно навчання студентів художніх спеціальностей не лише професії, але і навичкам само актуалізації і технологіям досягнення успіху на ринку праці.

Література:

1.Подобед М. С. Современные тенденции художественного образования за рубежом (на примере дисциплины «графический дизайн») [Электронный ресурс] / Подобед М. С. - Режим доступа :

<http://www.art-education.ru/electronic-journal/sovremennye-tendencii-hudozhestvennogo-obrazovaniya-za-rubezhom-na-primere>

2.Meredith D. Raising the Bar for Higher Education / D. Meredith // Allworth Press, 2005. - 369 p.

3.Heller S. The education of a graphic designer / S. Heller // Allworth Press, 2005. - 369 p.