

УДК 747.012

ЦЕЛЕВЫЕ ОРИЕНТИРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО БЕНЧМАРКИНГА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ ДИЗАЙНЕРОВ

О.Р. Рябов

Анализируются образовательный бенчмаркинг преподавания дизайна в Австрии, США и Германии, целевые ориентиры образовательного бенчмаркинга в преподавании дизайна, проблемы внедрения технологии образовательного бенчмаркинга.

Ключевые слова: образовательный бенчмаркинг; преподавание дизайна; образовательные практики; мировые тренды преподавания дизайна.

ДИЗАЙНЕРЛЕРДИ КЕСИПТИК ДАЯРДООДО БИЛИМ БЕРҮҮЧҮ БЕНЧМАРКИНГДИН МАКСАТТУУ БАГЫТТАРЫ

Бул макалада Австрияда, АКШда жана Германияда дизайнга окутууда билим берүүчү бенчмаркинг, дизайнга окутууда билим берүүчү бенчмаркингдин максаттуу багыттары, билим берүүчү бенчмаркинг технологиясын киргизүү көйгөйлөрү талдоого алынган.

Түйүндүү сөздөр: билим берүүчү бенчмаркинг; дизайнга окутуу; билим берүү тажрыйбалары; дизайнга окутуунун дүйнөлүк тренддери.

TARGETED LANDMARKS OF EDUCATIONAL BENCHMARKING IN PROFESSIONAL TRAINING OF DESIGNERS

O.R. Riabov

The article analyzes the educational benchmarking in the teaching of design in Austria, the USA and Germany, targets of educational benchmarking in the teaching of design, challenges of introducing the technology of educational benchmarking.

Keywords: educational benchmarking; teaching of design; educational practices; global trends in the teaching of design.

Образовательный бенчмаркинг в области преподавания дизайна – это лучшие проекты, практики и программы в сфере инноваций архитектурно-строительного и художественного образования. Согласимся с тем, что термин “бенчмаркинг”, употребляемый в контексте эталонного сопоставления, уже довольно прочно вошел в деловой оборот организаций высшего профессионального образования. В некоторой степени – это инновационный элемент маркетингового инструментария управления в образовании, способствующий повышению конкурентоспособности организации, брендирования образовательной организации, например, университета в регионе [1–4].

Целевые ориентиры университетского бенчмаркинга в области преподавания дизайна на сегодняшний день многоплановы, но в целом представляют понятный комплекс анализа и поиска: анализ системы работы и выявление недостатков, поиск лучших образовательных практик на основании выявления ключевых факторов успеха у университетов-конкурентов, анализ чужого превосходства партнеров и конкурентов, создание мотивационных механизмов у преподавателей дизайна своего университета для постоянного улучшения и устранения слабых мест в деятельности своих технологий преподавания дизайнерских дисциплин, мониторинг улучшений и корректировка

деятельности преподавателей дизайна в своем университете [2].

Одной из ключевых проблем является нежелание отдельных управленцев профильных университетов признать слабость конкурентной позиции их образовательной организации и необходимость изменений их управленческой системы или/и даже всего образовательного процесса в направлении подготовки дизайнеров архитектурной среды, например.

Отметим, что при внедрении технологии бенчмаркинга необходимо учитывать ряд важных аргументов. Бенчмаркинг – наукоемкий и ресурсоемкий процесс, который требует больших затрат времени и финансирования [4]. Не каждый ректор или декан согласен на получение отсроченных результатов при условии вложения определенного количества финансовых ресурсов на исследование и внедрение инноваций в области эффективности преподавания дизайна. Кроме того, ограниченность мотивационных и финансовых ресурсов приводит к отказу от привлечения специалистов-профессионалов со стороны и использования услуг консультационных дизайн-фирм [5, 6].

Часто управленческие решения принимаются только на основе научно-популярных бизнес-изданий, что может повлечь за собой следующую проблему – это разрыв между теорией и практикой. Знание о сущности инструмента преподавания дизайна – не обеспечивает возможность владения им. Именно поэтому для успешного внедрения адаптированного “заимствованного” опыта необходимы специалисты с опытом применения современного инструментария менеджмента в рамках специфики и профиля образовательных организаций, направлений образовательных программ, релевантных специальностям в области подготовки дизайнеров [3].

Следующим существенным аргументом является непонимание границ проекта. Образовательная организация – реципиент, который желает улучшить сразу все области своей образовательной деятельности, улучшить до максимума качество образовательных услуг, что, в принципе, в одночасье невозможно. Или, имея позитивный опыт использования бенчмаркинга, например, для улучшения одного из процессов, вуз переносит свои действия для совершенствования процесса другого порядка.

Проблемы также могут возникнуть и при нечеткой постановке цели бенчмаркинга. Главная проблема – выбор компании-эталона для практики (мастерской) дизайнеров также может стать серьезной проблемой, поскольку риск ошибки здесь очень велик. Именно поэтому в команду по

внедрению бенчмаркинга желательно включать экспертов, имеющих опыт работы с данной технологией в условиях стратегий развития архитектурно-строительных университетов.

Но не менее важной является и проблема так называемых неосязаемых показателей. Как правило, используются легкоизмеряемые показатели (финансовые показатели, количество выданных дипломов, количество образовательных программ т. п.), коррелирующие с ключевыми факторами успеха в конкурентной борьбе на рынке подготовки дизайнеров [3]. Вследствие отсутствия в образовательных организациях сбалансированных систем сбора, оценки, внедрения и анализа успешных бизнес-решений и технологий управления талантами редко измеряются и сопоставляются показатели, не имеющие строгих методик определения, например, командный дух студентов-дизайнеров, уровень стрессов у самых успешных студентов и магистров, степень внимания университета к потребителям образовательных услуг и даже уровень их физического и психологического комфорта [3, 4].

В подготовке дизайнеров есть еще один неоспоримый факт важности – это понимание всеми сотрудниками факультета или института дизайна необходимости внедрения бенчмаркинга и роли каждого в процессе осуществления улучшений. Но и злоупотребление бенчмаркингом ни к чему хорошему не приведет. Информационная проблема тоже нарушает ровный позитивный взгляд на применение технологии к преподаванию дизайна. Комплекс “засекреченности” методов и инструментов, является большой преградой для инициирования бенчмаркинг-исследования качества и форм преподавания дизайна. В целом же решение выявленных проблем позволяет реализовывать потенциал и создавать инфраструктуру для технологии бенчмаркинга, способствует более широкому и эффективному использованию чужого опыта в качестве ориентира совершенствования деятельности для образовательных организаций [5, 7].

Отметим, что современная система высшего образования в Российской Федерации всегда интегрировалась эффективным мировым опытом преподавания. Особый интерес представляет интеграция опыта подготовки специалистов творческих специальностей, в том числе дизайнеров. В этом смысле пример преподавания дизайна в США, Австрии и Германии более нагляден в своем применении на месте, в рамках границ собственной системы высшего образования, но не исключает, “приоткрывание ворот” для бенчмаркинга в российских вузах схожего профиля. Полезным данное знание является и потому, что в целом отражает историю

преподавания дисциплин дизайна в мировой практике подготовки дизайнеров.

В США дизайн как самостоятельная область профессиональной деятельности имеет длительную историю. И традиции образования в области дизайна также насчитывают не один десяток лет. Проблема подготовки дизайнеров-профессионалов в вузах стала актуальной уже к концу 1930-х гг. Возможности американской индустрии возрастали, а специалистов в области проектирования промышленной продукции не хватало [8, 9].

Одним из первых учебных заведений, готовящих промышленных дизайнеров в США, стала открытая в Чикаго в 1937 г. Школа дизайна. Ее возглавил один из педагогов Баухауза Л. Мохой-Надь. В чикагской школе, как и в Баухаузе, существовал пропедевтический курс. Затем студенты могли выбрать специализацию. Практическая работа по специальностям велась в многочисленных мастерских. Кроме того, студентам читался довольно обширный круг теоретических дисциплин: от истории искусства и философии до физики и биологии. Таким образом, в рамках Школы дизайна успешно сочетались наука, искусство и ремесло, что, несомненно, соответствовало идеалам Баухауза. Однако в чикагской школе гораздо больше внимания уделялось сотрудничеству с промышленными фирмами, которые пользовались ее услугами, с готовностью предоставляя ей необходимые материалы и оборудование [8, 9].

В эпоху экономического бума 1950–60-х гг. промышленный дизайн в Америке вступил в пору своего расцвета. Независимые дизайнерские фирмы после войны активно расширялись, а область их профессиональной деятельности вышла далеко за рамки оформления промышленных товаров широкого потребления. Независимые дизайнеры изучали спрос на промышленную продукцию, психологию покупателя, обрабатывали информацию обо всех интересных изделиях, о которых сообщала тогдашняя печать. Задача дизайнеров не ограничивалась разработкой проекта, им надлежало дать убедительное техническое и экономическое обоснование.

Число учебных заведений, готовящих дизайнеров, с этого времени начало стремительно расти. В этот же период в Америке была предпринята попытка сформировать единую систему дизайнерского образования. Созданная в середине 1950-х гг. Ассоциация по подготовке дизайнеров, в частности, подготовила проект рекомендаций, предполагающих унификацию программ обучения студентов-дизайнеров. В проекте особое внимание уделялось техническим дисциплинам – они в программе заняли чуть ли не половину

объема. В целом дисциплины делились на следующие группы: технические и точные науки; искусство; экономика (маркетинг) [7, 8, 10].

Правительство США выделяет значительные средства для включения дизайна в национальные программы. Главной, центральной и наиболее развитой специальностью является коммуникационный (медиа) дизайн, рассматривающий все аспекты взаимодействия среда–машина–человек, с технологической точки зрения, т. е. эргономический.

Американские фирмы имеют в своем штате несколько десятков дизайнеров, а в крупных корпорациях их количество исчисляется сотнями. Это объясняется тем, что чем сложнее структура фирмы, работающей на массового потребителя, чем больше объем и разнообразнее ее продукция, тем более сложные формы приобретает организация ее дизайнерской службы.

Рассматривая содержание профессиональной подготовки дизайнеров в США, всегда следует учитывать ту роль, которую дизайн играет в американской экономике. Содержание профессиональной подготовки дизайнеров в США принципиально иное, чем в России и даже в европейских странах. Большое место в учебных курсах американских вузов, готовящих дизайнеров, занимает изучение маркетинга (в нашей стране такая дисциплина студентам-дизайнерам не преподается) [11].

Одной из сильных сторон дизайнерского образования в США всегда была прочная связь профильных вузов с промышленностью. В профессиональном образовании делается акцент на подготовку студентов к практической деятельности, а не абстрактному теоретизированию. Многие из проектов, выполняемых в университетах, спонсируются промышленными компаниями.

Важной составляющей в университетах США является “обучение через опыт”, поэтому большое значение уделяется практике студентов. Студентов обязательно направляют на годичную производственную практику, после которой, имея опыт работы в промышленности, студенты способны намного легче и целенаправленнее учиться, разрабатывать практически значимые проекты. Многие крупные американские фирмы заказывают проекты студентам дизайнерских вузов. Менеджеры этих фирм инструктируют студентов, определяя им задачу. В ходе выполнения работы, студенты устанавливают контакты с потенциальными работодателями, а компании выигрывают от творческого энтузиазма студентов, что является очевидным преимуществом.

Основу образовательной политики составляют национальные программы, кредитная система и на ее основе сертификация выпускников

учебных заведений. Основанием сертификации является выдача кредитов студентам за освоение любого одного курса. В большинстве случаев студент не ограничен в их количестве и выборе. К ним добавляется блок обязательных дисциплин. Подобный подход обеспечивает высокие креативные способности, но не дает фундаментальных знаний.

Основные тенденции высшего образования в США: интернационализация, акцент на социальном и гражданском аспектах обучения, необходимость формирования у студентов навыка критического мышления. Задача преподавателей американских вузов – превратить студентов из потребителей знаний в производителей знаний.

Другой принцип, активно использующийся в системе высшего образования США, – принцип множественных способов обучения. Он заключается в поиске индивидуального подхода к каждому студенту на основе преобладания у каждого человека определенного способа восприятия информации – визуального, аудиального, вербального и т. д.

Кроме того, в США существует система экзаменов, которые необходимо сдать, чтобы получить квалификацию, зарегистрироваться в списке дизайнеров или архитекторов [12]. Экзамен дополняет полученное образование. Получение лицензии или официальная регистрация как специалиста в США необходимы. Только после сертифицирования образования и опыта работы можно осуществлять профессиональную деятельность [7, 10].

Германия относится к числу лидирующих стран в области дизайна. Здесь существуют свои дизайнерские традиции, развиты предпринимательская культура, система содействия развитию и обучению дизайна. В конце 60-х гг. в связи с усилением влияния государства произошли значительные изменения организационной структуры дизайнерской деятельности, в общенациональном масштабе [13] был организован Международный информационный центр ИКСИД, главной задачей которого стало накопление международной информации по актуальным проблемам современного дизайна. Был создан целый ряд государственных институтов, предоставляющих дизайну необходимую информацию, в том числе Институт рынка и рекламы, Институт домашнего хозяйства, Институт контроля качества товаров, Институт психологии цвета и т. д. В 1970 г. были созданы научные институты по проектированию среды во Франкфурте-на-Майне и в Дармштадте.

Характерной национальной особенностью в образовании Австрии и Германии [13] являются развитые связи с социальными партнерами. Сотрудничество правительства на федеральном и земельном уровнях с промышленностью,

с одной стороны, и такими организациями социальных партнеров, как объединения работодателей и профсоюзы – с другой, обеспечивает баланс интересов и ответственности сторон. Социальные партнеры активно участвуют в разработке стандартов профессионального обучения, которые в Германии называются “положения об обучении”. Социальные партнеры инициируют обновление существующих стандартов и разработку новых, которые в дальнейшем разрабатываются Министерствами образования земель.

Это позволяет обеспечить комплексное дизайн-образование и организацию разноплановых дизайнерских услуг, начиная на местном земельном уровне и заканчивая на федеральном, обеспечивая тесное взаимодействие между местными (земельными) компаниями, социальным заказом и крупными корпорациями.

Кроме того, вопросами исследований изменений в профессиях и умениях занимаются два института: Федеральный институт профессионального образования и обучения и Институт исследований по вопросам рынка труда и профессий при Федеральном институте занятости. Для усиления позиций на рынке образовательных услуг, в 1998 году, по инициативе Федерального министерства образования и науки была принята “Система раннего обнаружения тенденций в развитии умений”. Стержнем ее является анализ потребностей рынка труда и соответствие ему учебных программ (в Германии сильны местные земельные традиции в образовании, особенно сильно они сказываются в дизайн-образовании – земельный дизайнерский институт, существующий за счет тесной интеграции с экономикой приютившей его области Германии оказывает сильное влияние на все стороны жизнедеятельности страны и ее населения) [13].

Обучение в Австрии и Германии по дизайнерским направлениям на первом этапе подразумевает шесть семестров. Студентам преподаётся большое количество предметов, и некоторые из них будут присутствовать на протяжении всего времени получения образования. Например, курс “Дизайн-мышления” (DesignThinking), на котором студенты обучаются тому, чтобы мыслить, как дизайнеры [2; 5; 6].

Одним из ключевых мировоззренческих принципов дизайн-мышления является эмпатия – умение взглянуть на мир глазами других людей, понять их потребности, желания, стоящие перед ними задачи. Цель – выяснение проблем человека и компании, о которых еще не говорят вслух. С методологической точки зрения подходы дизайн-мышления относятся к эвристическим приемам решения проблем в условиях неопределенности – так

называемых нестандартных задач, которым обычно противопоставляются задачи, не связанные с творческим поиском. Курс дизайн-мышления студенты обычно имеют на протяжении всех лет обучения.

Другой аспект – это моделирование потенциальных продуктов, процессов и услуг. Традиционно компании выясняли реакцию потребителей на разрабатываемые продукты через фокус-группы. Но моделирование позволяет быстро протестировать придуманный продукт на потребителя и, получив отклик, немедленно внести в него изменения.

Важным также является разработка дизайнерских концепций для корпораций. Практическая часть занятий подразумевает продумывание стиля мебели, предметов интерьера и аксессуаров. Поскольку современный рынок требует некоторых изменений и нововведений, то важную роль играют компьютерные технологии. Австрийские и немецкие студенты должны активно осваивать специализированные программы, чтобы быть востребованными специалистами.

Студенты также должны осваивать навыки практического дизайна – этому аспекту уделяется основное внимание преподавателей, старающихся обучать студентов в формате проектов. Студентов университета учат не только рисовать и делать наброски, но и учатся работать с дрелями, токарными станками и газорезательными машинами, управляемыми компьютерами. Также им предоставляют время и свободу действий для экспериментов с определенными материалами и ресурсами, чтобы развивать глубокое понимание того, что они могут делать с имеющимися в их распоряжении материалами. В течение этого периода основное внимание заостряется на создании и производстве.

Профессиональная подготовка дизайнеров в Австрии и Германии нередко включает практическую часть, когда целый семестр отводится для прохождения практики на предприятиях и фирмах [5, 13].

Таким образом, после получения диплома бакалавра, хорошо зарекомендовавший себя студент может стать полноценным сотрудником организации. В любом случае, он будет обладать некоторым опытом работы, что увеличивает его шансы на рынке труда.

В основе педагогических положений, определяющих задачи, цели, основное содержание, теорию и методику профессиональной подготовки дизайнеров лежит педагогическая система Баухауза. Прежде всего, это изучение и работа с различного рода материалами, стремление использовать новые технологии изготовления промышленной продукции, активно-творческий подход к процессу обучения, поиск новых конструкторских решений,

изобретательство, умение найти соответствие формы предмета его функции.

Минималистичный принцип германской педагогической традиции состоит в том, что дизайнеры должны разрабатывать только то, что необходимо. Это также традиции Баухауза. В технологических продуктах из Германии влияние этой культуры очевидно, и признаками ее является высокое качество, высокий уровень развития технологии и минимализм.

Немецкий дизайн всегда считался олицетворением эффективности и функциональности. Сегодня к этим национальным особенностям немецкого дизайна присоединилось еще одна – эмоциональность. Эмоциональный дизайн является именно тем уровнем удовлетворения, который может подняться над функциональностью, надежностью и полезностью дизайн-решений.

В то время как система образования США стремилась научить студентов тому, как быть успешными сотрудниками, европейские школы дизайна воспитывали в учащихся увлеченность и стремление создать команду для успешной работы.

Выводы

1. Большое внимание уделяется техническим дисциплинам. Эта часть преподается специалистами из различных технических областей (например, механики, электроники, программисты и т. д.). Основное внимание уделяется предметно-ориентированной методологии проектирования. Лучшие программы составляют международный образовательный бенчмаркинг.

2. Организационные дисциплины. Они включают в себя проект-менеджмент, управление качеством, основные методы расчета затрат, презентационные навыки, тайминг. Лучшие проекты составляют бенчмаркинг-банк входящих в консорциум вузов.

3. Отрабатываются навыки командной работы. На первоначальном этапе происходит распределение работы в команде студентов одного университета. Далее – в рамках сотрудничества с другими университетами через проекты “Сетевой университет” и/или “Международный бенчмаркинг UNI”.

4. Человеческий фактор. Кроме технических и бизнес-аспектов, важно сформировать навыки межличностного общения, такие как гибкость, доверие, общение, обмен знаниями. Навыки модерации во время презентации, методы ведения переговоров и др. Это отрабатывается на программах бенчмаркингтуров.

5. Важное понимание идентификации подходов. Идти от внешнего облика предмета проектирования, его оригинальности внутрь к его конструктивному решению. Или начинать

изнутри, с начинки, и затем выстраивать внешний облик объекта.

Кроме того, в технологии сравнительного опыта должно преобладать особое отношение к человеческому масштабу, основанное на бережном отношении к человеческому достоинству и, собственно, к человеку. Такие проекты отличаются сомасштабностью человеку и проработанностью, рассчитанной на комфорт человека.

Литература

1. *Князев Е.А.* Бенчмаркинг для вузов: учебно-методическое пособие / Е.А. Князев, Я.Ш. Евдокимова. М.: Университетская книга, Логос, 2006. 208 с.
2. *Хадыкин А.М.* Бенчмаркинг в управлении качеством образовательного процесса / А.М. Хадыкин, Н.В. Рубан // Омский научный вестник. 2007. № 5 (59) сентябрь-октябрь. С. 9–11.
3. URL: <https://prodod.moscom/obrazovatelnyj-benchmarking> (дата обращения: 28.02.2018).
4. URL: <https://sibac.info/studconf/science/iii/28042> (дата обращения: 28.02.2018).
5. *Рябов О.Р.* Многовекторность европейских интеграционных процессов информального образования одаренных в информационную эпоху / О.Р. Рябов, И.Ф. Сибгатуллина // Сборник материалов научно-практической конференции “Управление талантами: стратегия и технологии развития человеческого капитала и инновационного потенциала территорий”, г. Иннополис, 24–25 ноября 2017 г. Казань, 2017. С. 22–25.
6. *Сибгатуллина И. Ф.* Транскультурная миссия художественного образования (новые концептуальные идеи художественного образования в процессе профессиональной подготовки и переподготовки) / И.Ф. Сибгатуллина // Сборник материалов международной научной конференции «Совершенствование системы образования как фактор обеспечения безопасности и развития страны». 20–21 апреля 2012 г. М.: РАО, 2012.
7. *Catherine McDermott* Design: The Key Concepts / Catherine McDermott. Taylor & Francis, 2007, 264 p.
8. *Американские школы дизайна* // Дизайн США. М., 1989.
9. *Дизайнерское образование в США* // Дизайн в высшей школе. М.: ВНИИТЭ, 1994.
10. *Henseler K.* Methodik des Technikunterrichts / K. Henseler, G. Höpken. Bad Heilbrunn, 1996.
11. *Аронов В.Р.* ВНИИТЭ: Библиотека дизайнера: теоретические концепции зарубежного дизайна / В.Р. Аронов. М., 1992.
12. *Ковешникова Н.А.* Из опыта профессиональной подготовки дизайнеров в США / Н.А. Ковешникова // Высшее образование сегодня. 2010. № 4. С. 16–18; № 6. С. 12–14.
13. *Thoring K.* Understanding design thinking. International conference on engineering and product design education / K. Thoring, Roland M., Müller 8, 9 September 2011, City University, London, UK.