

ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ СПІЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МЕЖДИСЦИПЛІНАРНИХ ТВОРЧИХ ГРУП В ДИЗАЙН-ОСВІТІ

Більдер Н.Т., здобувач кафедри дизайну

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Анотація. У статті розглянуті особливості організації міждисциплінарних творчих груп при підготовці фахівців у галузі дизайну.

Ключові слова: проектна культура, дизайн-менеджмент, мала формальна група, міждисциплінарна тимчасова творча група.

Аннотация. Бильдер Н.Т. Использование современных технологий управления совместной деятельностью междисциплинарных творческих групп в дизайн-образовании. В статье рассмотрены особенности организации междисциплинарный творческих групп при подготовке специалистов в области дизайна.

Ключевые слова: проектная культура, дизайн-менеджмент, малая формальная группа, междисциплинарная временная творческая группа.

Annotation. Bilder N.T. Usage of modern management technologies in design education. This article displays features of interdisciplinary creative teams organization in professional design education.

Keywords: project culture, design-management, small formal group, temporary interdisciplinary creative teamwork.

Постановка проблеми та її актуальність. Початок ХХІ століття означився бурхливими глобалізаційними процесами, пов'язаними з формуванням єдиного всесвітнього економічного, соціального, духовного простору, насамперед на основі використання нових інформаційно-комунікаційних технологій.

Інтегрування України в міжнародні процеси розподілу праці суттєво змінили співвідношення між попитом на всі види дизайнерської діяльності і можливостями, що відкриваються завдяки цієї діяльності. Така ситуація вимагає оптимізації змісту дизайн-освіти.

Під оптимізацією мається на увазі надання змістові дизайнерської освіти таких характеристик, які б найкращим чином відповідали орієнтирам розвитку проектної культури сучасної європейської держави. До першочергових заходів у цій сфері належать такі: оновлення масиву теоретичних знань у галузях дизайн-менеджменту, маркетингу у сфері дизайну [6].

Постановка проблеми. Важливим питанням при організації учбового процесу за такими принципами є визнання того, що у сучасних умовах успішність дизайнерського проекту залежить не тільки від наявності в автора цікавих ідей, його ерудиції і таланта, але і від уміння працювати в команді, володіти навичками спільної діяльності.

Елемент сучасних ефективних виробничих систем – не індивід, а доволіно і тісно зав'язана тільки всілякими зв'язками мала формальна група.

Дизайнерський колектив у сутності являє собою малу формальну гетерогенну групу, що включає фахівців різного профілю. Труднощі керування

такими колективами обумовлена професійними особливостями їхньої трудової діяльності і збільшується тим, що вони формуються, як правило, за образом та подобою гомогенних колективів. Оскільки в гетерогенній групі співіснують кілька рівноправних професій, представники яких беруть участь у рішенні загальних задач, таке прямолінійне екстраполювання, що не враховує специфіки взаємин між виконавцями різних професій, неприйнятно. Зокрема, якщо в гомогенному колективі організаційно-структурне розмежування людей по професіях цілком природно, то в гетерогенному колективі воно може привести до роз'єднання фахівців різного профілю, зайнятих рішенням загальної задачі. Виходить, необхідний пошук нових адекватних форм організації співробітництва між ними; дієвість їх повинен підтвердити досвід.

Однієї з таких форм є, на нашу думку, міждисциплінарні тимчасові творчі групи, що відкривають можливість тісного і плідного співробітництва фахівців різного профілю. Вони не просто створюють умови для оптимальної координації окремих творчих сил, але і забезпечують їхню органічну інтеграцію.

Тому створення під час навчання студента-дизайнера у вищому навчальному закладі тимчасових міждисциплінарних творчих груп, що складаються із студентів різних спеціальностей, дає змогу придбати досвід співпраці у реальній гетерогенній групі, створеною за принципами сучасного менеджменту.

Стаття виконана за планом НДР ХДАДМ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перспективи оптимізації змісту дизайн-освіти в Україні розглянуті в працях Даниленко В.Я. [5]. Деякі аспекти проблеми викладені в працях Кричевського Р.Л. [10], Михла Яана [11], Плоткіна В.А. [14], Саакова В. [19], Сидоренка Є.В. [20], Усова Б.Є. [21].

Мета роботи – ознайомитись із сучасними тенденціями організації навчального процесу в дизайн-освіті з точки зору організації спільної діяльності в міждисциплінарних творчих групах

Виклад основного матеріалу. На Конгресі ІКОГРАДУ в Сеулі (2005) був прийнятий спеціальний Маніфест по дизайнерську освіту, що констатує кардинальність змін, що відбуваються, відсутність адекватних освітніх концепцій і заклик прислухатися до інтуїції молодого покоління, заклик до експериментів, у ході яких варто йти не перед студентів, а поруч з ними. У ньому, зокрема, говориться: «Необхідно переходити від освіти, центрованої на фігурі вчителя, до освіти, центрованої на **процесі навчання** (виділено мною), що дає можливість студентам самим експериментувати і розвивати їхній власний потенціал, як у межах, так і за межами академічних програм. Таким чином, роль дизайнера-педагога міняється, він повинний бути не тим, хто здійснює доступ до знання, а тим, хто надихає і полегшує орієнтацію для більш плідної практики» [20].

Світ відмовляється від підготовки широкопрофільних фахівців – вважають, що немає сенсу витрачати зайві кошти і час на оволодіння стрімко зростаючою кількістю наукових знань. Схоже, ми прямуємо у світ вузьких професіоналів. В цих умовах диференціація викликає потребу у інтеграції.

Досліджуючи проблеми, який зневажають у навчанні дизайнерів, Яан Михл прийшов до висновку, що важливо сформулювати у студентів проблемно-орієнтоване відношення до творчого потенціалу і новизни, щоб вони зрозуміли і визнали, що як творець кожний завжди ґрунтується на винаходах і внеску інших. Цього неможливо уникнути, це властиво кожній професії. І це – попередня умова для того, щоб навчитися оцінювати внесок, зроблений іншими, на шляху до власного успіху. Це розуміння підсилює бажання побільше довідатися про інших, не відчуваючи при цьому, що таке бажання може перешкодити власним художнім пошукам.

“Чи є термін «дизайн» правильним позначенням того, що роблять дизайнери? Я думаю не тільки про істориків дизайну або істориках мистецтва. Я думаю про викладачів, що відчувають, що в багатьох випадках термін «дизайн» занадто вузький, щоб описати цей рід діяльності, і, можливо, також недостатній, щоб сприяти розумінню обговорюваного об'єкта. Я не хочу сказати, що можна обійтися без терміна «дизайн». Дизайнер бере чистий лист папера або сідає перед порожнім екраном, а тому в якомусь змісті правильно говорити, що він починає з нуля” [11].

Але настільки ж правильно, що практично ніколи вони не починають на порожнім місці. Навпроти, дизайнер завжди починає там, де закінчили інші дизайнери (або він сам), а дизайн призначений для поліпшення більш ранніх виробів, дизайнери, таким чином, зв'язані з більш ранніми проектами або з їхніми власними рішеннями. Іншими словами, термін «дизайн» враховує індивідуальний творчий внесок дизайнерів. Домінуюче положення терміна «дизайн» створює серйозну проблему в навчальному й освітньому контексті. Оскільки термін «дизайн» має тенденцію ховати той факт, що дизайнер завжди залежить від більш ранніх функціональних і формальних рішень, розуміння студентів про надіндивідуальний вимір у процесі дизайну обмежено.

Як тільки дизайнер починає часто згадуватися в засобах масової інформації – нерідко в результаті того, що він одержав видатне замовлення або премію, – його ім'я можна експлуатувати, щоб підняти комерційну цінність виробу. Дизайнерська марка – продаж виробу за допомогою імені дизайнера (або підпису) – ще більш підсилює ілюзію, що виробу мають єдиного і творця, що ясно пізнається. Не тільки колишні вироби в тій же самій категорії рідко показуються, але, будучи зв'язано з ім'ям одного дизайнера, виріб свідомий або підсвідомо представляється, як яким воно було твором мистецтва. Тому неминуче приходиться обходити той факт, що виріб є найчастіше результатом колективного зусилля, оскільки на колективну роботу дивляться як на щось, що суперечить поняттю «твір мистецтва», що має єдиного творця. Той факт, що знаменитий французький дизайнер Ф. Старк має цілу команду помічників, з погляду продажів і маркетингу є зовсім невідповідним. Перш ніж феміністська точка зору на дизайн заявила про себе, ми часто чули про А. Аалто, але не настільки часто про його дружину і колегу

Айно; ми чули про меблі Ле Корбюзьє, але майже нічого не чули про істотний внесок у дизайн цих меблів Шарлотти Перріан; ми чули про Ч. Імсе, але не завжди про його дружину Рей, що була його найближчим помічником. Мабуть, це не стільки результат чоловічого шовінізму, скільки наслідки глибоко укоріненого розуміння, що коли ціль полягає в тому, щоб продати щось як добуток мистецтва, публіка очікує, що це щось буде мати одного-єдиного творця.

Віра в матеріальну дійсність історичних періодів і в буквальне існування «минулого» і «сьогодення», це вплив, що зберігся, функціоналістської ідеології дизайну, гіпнотичний престиж вільних мистецтв, висока комерційна цінність новизни й імен відомих дизайнерів – усі працює на враження, що дизайнери починають на порожньому місці і діють самостійно. Але це не скасовує той факт, що дизайнери завжди починають з рішень, сформованих на більш ранній стадії, найчастіше іншими дизайнерами, і що вони – хочуть того чи ні – співробітничать і з живими і мертвими попередниками, і співробітництво це спрямовано одночасно й у майбутнє, і в минуле. Крім того, більшість дизайнерів працює в командах, тобто кінцеве рішення – результат співробітництва цілої групи фахівців [11].

Багато уваги приділено організації співробітництва і спільної діяльності у програмі курсу «Промисловий дизайн» який призначений для підвищення кваліфікації фахівців, що вже мають досвід роботи в області промислового дизайну і бажаючих одержати нові професійні знання.

Навчальна програма містить у собі модулі по розвитку технічних навичок (скетчінг, програмне забезпечення, макетування і моделювання) і концептуального мислення (формування, проектування) а також ряд теоретичних дисциплін (матеріалознавство, патентознавство, тенденції в дизайні, дизайн-менеджмент). Проектна частина курсу побудована на виконанні проектів під патронажем російських і закордонних компаній.

Куратор курсу – В. Андрєєв, арт-директор компанії DepotWPF, випускник програми MFA in Industrial Design, HDK, Gothenburg, Sweden, має досвід викладання на програмах британської вищої освіти. Велика частина викладачів курсу – працюючі професіонали з високою репутацією, а також гостьові лектори з різних країн Європи. Курс складається з декількох взаємозалежних модулів. Одна з задач курсу – розуміння ролі дизайнера в створенні комплексного проекту при спільній роботі з іншими професіоналами (маркетингові консультанти, еккаунт-менеджери, дизайни-аналітики, інженери, технологи і т.д.).

Створення нового продукту, що відповідає запитам цільової аудиторії (Модуль - тенденції в дизайні: культурні й історичні аспекти дизайну), припускає відповідний рівень розуміння глобальних змін, що відбуваються в області менеджменту і маркетингу.

Після завершення проекту необхідно представити його внутрішній команді колег-розроблювачів, керівництву або прямо клієнтові, що замовив дизайнерів роботу над продуктом (Модуль - професійні комунікації).

Модуль припускає вироблення основних комунікативних навичок, необхідних для успішного захисту проєктів на кожному етапі роботи, особливо, на самому головному з них – презентації клієнтові. Частина курсу присвячена підвищенню рівня ораторської майстерності і тренінгам по проведенню презентацій для великих груп.

Дизайн-менеджмент – це реалізація дизайну як формальної програми діяльності в межах компанії шляхом сполучення відповідних проєктів і довгострокових корпоративних цілей, координація дизайнерських ресурсів на всіх рівнях діяльності компанії для досягнення задач фірми (Модуль - дизайн-менеджмент).

У переважній більшості випадків промисловий дизайн має на увазі під собою дизайн масової продукції. У реалізації проєкту звичайно бере участь багато сторін – маркетологи, бренд-менеджери, технологи, інженери, фінансисти і т.д., при цьому у взаємодії деяких груп споконвічно криється конфлікт інтересів. Дизайн-менеджмент лежить в основі економічної стратегії побудови проєкту, що може стати виграшним компромісом для всіх сторін. Усі буде зведено до однієї мети – випуск продукту відповідно до отриманого брифу і з планованою виробничою вартістю.

Стратегічне планування проєкту, фінансовий менеджмент проєкту, економічна доцільність і прибутковість, тайм-менеджмент, логістика виробництва виробу і його дистрибуція – щоб створити тиражний продукт будь-якому промислового дизайнераві необхідно вивчити цей механізм [15].

Велику увагу приділено організація спільної діяльності в “Датської школі дизайну”, до складу якого входить інститут дизайну продуктів.

Програма навчання побудована на виконанні проєктних робіт, що складаються з теоретичної і практичної частин, причому передбачається, що студенти в процесі роботи самостійно приймають рішення, планують і організують роботу, а потім оцінюють результати. Студентам, що виконують проєкти, приходится проводити аналіз умов, у яких протікає повсякденне життя тих, кому адресований створюваний ними продукт, крім того, враховувати етнічні і технологічні аспекти його побутування. На останньому етапі навчального курсу в цьому інституті для роботи над визначеними проєктами формуються тематичні групи, що складаються зі студентів, що проходили різну спеціалізацію, для того щоб дати їм можливість для створення міждисциплінарних робіт [7].

Роботи на міждисциплінарному рівні передбачені при організації учбового процесу в Королівському коледжі мистецтв (Лондон). Кожен факультет коледжу абсолютно не схожий на інший у тім, що стосується досліджуваних предметів. Проте, студенти одержують можливість працювати на міждисциплінарному рівні. Щороку слухачі представляють проєкти, у розробці яких брали участь одночасно і скульптори, і архітектори, і дизайнери по тканинах, і дизайнери транспортних засобів.

Факультет промислового дизайну не без підстави вважає свою дисципліну однією із самих головних у коледжі. На факультеті вважають, що тим, хто навчається цієї професії, прийдеться займатися складними і відповідальними проектами, а тому їм потрібне вміння працювати на стику з іншими дисциплінами, і особливо важливий творчий підхід до поставленої задачі, й вміння займатися стратегічним плануванням, і здатність працювати осторожно, і знання командного міждисциплінарного менеджменту. У Коледжі навчаються люди з усього світу, а тому в ньому панує особлива атмосфера кросскультурного обміну, обміну думками й ідеями [9].

Як бачимо, проблеми керування дизайн-процесом складні і багатоаспектні: вони включають як питання методології, так і соціальної психології; і якщо перша група питань досить широко розробляється дослідниками в області дизайну [2,3,17,19], то соціально-психологічна проблематика дизайнерських колективів тільки останнім привернула до себе увагу [7,9,11,12,14,21]. Наявні в сучасній психологічній літературі результати вивчення творчих колективів [10,13,16,18,22] не можуть бути механічно й однозначно екстрапольовані на студентські групи в системі дизайн-освіти, останні можуть бути як відносно однорідними (гомогенними), так і змішаними (гетерогенними). В другому випадку, поряд з дизайнерами, такі колективи можуть включати студентів не тільки суміжних спеціальностей – промислових і графічних дизайнерів, майбутніх фахівців з ландшафтного дизайну, дизайну меблів, інтер'єрів і т.п., але і психологів, технологів, маркетингологів, менеджерів, соціологів і інших.

Особливість організації і керування такими змішаними колективами полягає в тому, що хоча їхні члени переслідують загальні і єдині цілі у своїй творчій діяльності, самі колективи в багатьох відносинах істотно розрізняються. Ці розходження обумовлюються професійною спеціалізацією: насамперед змістом діяльності (проектування, наукове дослідження, експертна оцінка); далі вибором стратегії рішень теоретичних і практичних задач (аналітичні і системні методи, індуктивні і дискурсивні способи мислення, перевага в ньому раціонально-логічного або інтуїтивного-образного елементів); нарешті, характером оцінки продуктів діяльності (оригінальність, технологічність, комфортність, конструктивність, економічність, вірогідність і переконливість результатів). Таке різноманіття задач, методів, прийомів роботи, природно, може породити специфічних труднощів в організації навчального процесу.

Задача ефективного керування гетерогенним колективом припускає узгодження і тісне раціональне ув'язування різноспрямованих творчих устремлень. Досить примітно, що студенти-дизайнери усвідомлюють потребу взаємодії з фахівцями суміжних професій. У своїх відповідях на питання анкети про бажаний склад творчих груп респонденти вказували на широке коло фахівців, що прямо або побічно повинні бути залучені до дизайнерської діяльності. Причому, поряд з фахівцями суміжних напрямків (промисловий-

графічний дизайнер, дизайнер меблів, одягу, тканин, скульптор) називалися програмісти, психологи, соціологи, маркетологи, етнографи, лінгвісти. Тісне співробітництво в настільки різних напрямках діяльності – дослідників і проєктувальників – допомагає подоланню професійних бар'єрів; сприяє появі спільності інтересів, більш повному взаєморозумінню. Розмаїтість творчих підходів, що складається при цьому, і позицій породжує корисний обмін думками, плідні дискусії, сприяє розширенню наукового кругозору. Подібна інтеграція фахівців сприятливо впливає на їхню учбову діяльність і, створюючи загальну творчу атмосферу, підвищує якість і ефективність їхньої праці

Існують два принципово різних варіанти комплектування тимчасових творчих груп.

Перший – група створюється на період виконання конкретної теми, після чого цілком розформовується; другий – після закінчення робіт з теми залишається тільки ядро групи, до якого надалі приєднуються нові члени. Перевагою першого варіанта, є можливість широкого експериментування в плані створення всіляких сполучень з того самого контингенту фахівців і, отже, велика імовірність оптимального вибору, крім того, такий варіант виключає феномен «старіння групи», що виражається в зниженні взаємної вимогливості один до одного, підвищеній оцінці власних досягнень, нечутливості до сторонньої критики й ін. На користь другого варіанта фахівці висувають наступні розуміння: ядро сформованого колективу, завдяки збереженню наступності, має можливість поглиблювати і розширювати свою спеціалізацію; разом з тим досвід спільної роботи полегшує взаємодія між учасниками розробок.

Приймаючи в увагу достоїнства кожного з названих способів комплектування тимчасових творчих колективів, при виборі варіанта впливає, мабуть, керуватися характером і особливостями завдань, що ставляться. Так, для виконання робіт, що вимагають термінових або оригінальних рішень, кращим є перший варіант; для розробок, розрахованих на тривалий термін, доцільним представляється другий.

Обидва способи комплектування рівною мірою забезпечують усунення несприятливих наслідків вузької спеціалізації при тривалій роботі в одній групі (студенти однієї спеціальності). Маючи можливість працювати в складі знову створюваної групи зі студентами суміжних спеціальностей і навіть інших навчальних закладів (психологи, маркетологи, соціологи, технологи) студенти не просто переборюють сформований стереотип діяльності (способи постановки і рішення задач) і взаємин (підпорядкування, супідрядність), а одержують новий творчий імпульс [14].

Наявний у нас досвід показує, що творча продуктивність тимчасових виконавських груп підвищується в умовах прямого контакту усіх фахівців при постійному і систематичному обміні думками й ідеями; безпосереднє «підключення» до дизайнера джерела вихідної інформації в особі студента

іншої спеціальності, дозволяє оперативно використовувати нею у творчому пошуку при «розігруванні» різних варіантів рішення. Це спрощує процес інтеграції, даючи можливість терміново вносити в створюваний образ корекції й оцінювати них; тим самим підсилюється почуття впевненості в правильності вибору варіанта рішення [22].

Однак, як показує практика, для реалізації переваг, потенційно властивим таким змішаним колективам, необхідно перебороти ряд перешкод, недооблік яких здатний привести до протидії різноманітних професійних позицій і на цьому ґрунті – до міжособистісних конфліктів. Такі конфлікти виявляються в негативному відношенні до фахівців іншого профілю: наприклад, у судженнях про їхню недостатню кваліфікацію і підготовку, у запереченні значимості їхнього внеску в розробку проєктів.

Говорячи про можливі конфлікти в гетерогенних дизайнерських колективах, необхідно підкреслити, що суперечки і розбіжності можуть мати місце як між представниками однієї спеціальності, так і між представниками різних спеціальностей, приміром, між промисловими і графічними дизайнерами або між дизайнерами і маркетологами, конструкторами. Так, останні нерідко ставлять задачу видати дизайн-проект по фактично завершеному конструкторському рішенню, що не допускає скільки-небудь помітних модифікацій, тим самим обмежуючи (а іноді зводячи до нуля) творчі можливості дизайнера. Дизайнер же зі своєї сторони вимагає найчастіше від дослідників (психологів, маркетологів, ергономів) такої інформації, для видачі якої необхідні складні комплекси експериментальних досліджень. Причому в обох випадках пред'являються нереальні терміни виконання завдання на високому професійному рівні. Усе це принижує роль тих або інших фахівців, послабляє мотивацію, створюючи несприятливу психологічну атмосферу у творчому колективі.

Подібна ситуація стає можливою при тих умовах, коли має місце домінування професії, тобто коли фахівці різного профілю поставлені в нерівноправне положення. Характер домінування залежить від форми взаємин усередині творчого колективу, від типу учбового закладу, в якому функціонує група.

У принципово іншому положенні знаходяться дизайнери в художніх навчальних закладах, де вони користуються статусом основних фахівців. Однак при нерациональній організації творчих колективів тут має місце недооцінка ролі дослідників і дослідження в проєктуванні, останні найчастіше представляються надлишковими дизайнерам, що надають перевагу опорі на інтуїцію. Говорячи конкретніше, дизайнери, як, утім, і будь-які інші фахівці, нерідко дотримують тієї думки, начебто психолог, маркетолог покликаний усього-на-всього науково обґрунтовувати їхнього рішення. Звідси і привід для несправедливої оцінки результатів їхньої діяльності.

Керівник такого колективу повинний усвідомлювати, що йому має бути вирішувати особливий клас управлінських задач, спрямованих на забезпечення взаєморозуміння між фахівцями різного профілю і гармонічної їхньої взаємодії.

Керівник гетерогенного колективу сам повинний розуміти значимість внеску представника кожної професії і забезпечувати рівноправну участь кожного з них у загальному творчому процесі, при необхідності він може протидіяти одностороннім тенденціям, що виявляються в недооцінці або зневажливому відношенні до фахівців того або іншого профілю. Це тим більше важливо, що творча робота являє собою пошук в умовах невизначеності і, отже, можливості допущення помилок, значення яких може бути гіпертрофовано фахівцями іншого профілю; острах же припуститися помилки буде знижувати творчий потенціал (адже люди творчої праці відрізняються загостреною чутливістю до оцінки).

Керівник творчого колективу повинний мати на увазі, що, у процесі творчої діяльності люди психологічно схильні до підвищеної оцінки результатів своєї праці і своєї професії в цілому і болісно реагують на різні вимоги. Так, дизайнери, як правило, противляться твердій регламентації роботи, що представляється їм обмеженням їхньої творчої волі. Бачачи в продуктах своєї творчості результат самовираження, дизайнер навіть деякі незначні корекції, внесені в проєкт, сприймає як обмеження його творчості і нівелювання його оригінальності.

Істотною стороною керування змішаним колективом є адекватна оцінка результатів праці студентів різних спеціальностей, що враховує специфіку внеску кожного з них. Труднощі полягають насамперед у відсутності загальноприйнятих об'єктивних критеріїв і методів оцінки творчої праці. Крім того, у гетерогенних колективах при оцінюванні керівник має справу з різнохарактерними і, здавалося б, непорівнянними сутностями. Справді, як знайти загальну міру для вираження значимості таких різних продуктів праці, як, наприклад, висловлена одна-єдина ідея, що відкриває, однак, можливість рішення цілої проблеми, з одного боку, і виконання десятка аркушів, що реалізують цю ідею, з іншої сторони? При формальному, зовнішньому підході внесок першого може залишитися непоміченим [23].

Успішне функціонування тимчасових творчих груп припускає високий ступінь погодженості дій і повне взаєморозуміння при позитивному відношенні друг до друга. Істотними факторами такої взаємодії є правильне розуміння всіма учасниками творчої групи класу задач своїх колег, що мають іншу базову освіту, а також раціональний розподіл навантажень між виконавцями при об'єктивній оцінці праці кожного члена групи.

В осінньому семестрі 2005-2006 навчального року в Харківській державній академії дизайну і мистецтв були створені дві тимчасові творчі групи. До складу першої групи увійшли студентка 4 курсу Міжрегіональної академії управління персоналом (спеціальність – психологія) Охріменко Т.М і студентка 4 курсу спеціальності інтер'єр та обладнання Красножоненко В.Д. Студентки провели дослідження, метою якого було визначення рівня розвитку уяви у студентів ХДАДМ. У склад вибірки увійшли студенти 4 курсу факультетів ОМ та ДС. Дослідження дало змогу виявити розподіл рівнів уяви у групі респондентів і сформулювати групи корекції рівня уяви.

Ще одна група, у складі студенту 2 курсу спеціальності мистецтвознавство Більдера Р.О. і студентки 5 курсу Міжрегіональної академії управління персоналом (спеціальність – психологія) Щербак І.В. працювали над проблемою формування кольорового слуху – індивідуального відчуття кольорного фарбування звуків і тональностей з використанням метода “музичної графіки”. Дослідження було проведено на базі харківської дитячої музичної школи № 12 серед дітей молодшого шкільного віку.

Результати дослідження, що було здійснено студентами у складі тимчасових творчих груп, опубліковано у збірнику “Молода мистецька наука України” [12].

Висновки. Можна відмітити, що в сучасних умовах успішність дизайнерського проекту залежить не тільки від наявності в автора цікавих ідей, його ерудиції і таланта, але і від уміння працювати в команді.

Одним із шляхів оптимізації є впровадження у систему дизайн-освіти України сучасних форм і методів організації спільної діяльності.

Відмінна риса соціально-економічного розвитку нашого суспільства в даний час – це глибокі політико-економічні зміни, пробудження громадської свідомості, активності людей. Розвиток цих процесів зажадав і звертання до передових методів управління, представленим у менеджменті. Характерними рисами сучасного розвитку менеджменту є: децентралізація управлінських функцій (самоврядування); розробка методів довгострокового соціотехнічного планування. Особлива увага приділяється удосконалюванню керування на трьох основних рівнях: індивідуальному, груповому й організаційному. Європейська держава, конкурентноздатна економіка, конкурентноздатний дизайн - це, насамперед, конкурентноздатний менеджмент.

Подальші дослідження планується проводити з вивчення особливостей організації спільної діяльності міждисциплінарних груп при створенні об’єктів дизайну.

Література:

1. Байденко В.И. Болонские реформы: некоторые уроки Европы // Высшее образование сегодня. – 2004. – № 2. – С. 14-19.
2. Бебик В.М. Болонський процес: перспективи і розвиток у контексті інтеграції України в європейський простір вищої освіти. – Київ, МАУП, 2004 р.
3. Головатий Н. Европейское и украинское образование – где точки единения? // ПЕРСОНАЛ, №3, - 2004. с.5-7
4. Даниленко В. Я. Дизайн : Підручник.– Х.: ХДАДМ, 2003.– 320 с.
5. Даниленко В.Я. Дизайн України в контексті художньо-проектної культури: Монографія. – Х.: ХДАДМ: Колорит, 2005. – 244 с.: іл.
6. Даниленко В.Я. Перспективи оптимізації змісту дизайн-освіти в Україні. Художня освіта в Україні. Сучасний стан, перспективи розвитку Київ, 1998 с.64-65
7. Датская школа дизайна. //Техническая эстетика и промышленный дизайн. 2005, - №4, – с. 27-29
8. Згуровський М.З., ректор НТУУ «КПІ <http://www.euroosvita.net/questions.html>
9. Королевский колледж искусств в Лондоне. //Техническая эстетика и промышленный дизайн. 2005, № 3, – с. 20-21.

10. Кричевский Р.Л. Психология малой группы: теоретический и прикладной аспекты. – М., 2001.
11. Михл Яан. О взгляде на дизайн как на редилайн. Исследование проблемы, которой пренебрегают в обучении дизайнеров. //Техническая эстетика и промышленный дизайн. 2005, №1, – С.10-14.
12. Молода мистецька наука України. VII Електронна наукова конференція молодих науковців, докторантів, аспірантів, студентів. 15 грудня 2005 р. //збірник матеріалів. – Харків: ХДАДМ, 2005. - №8. – 84 с.
13. Панферов В. Н. Когнитивные эталоны и стереотипы взаимопонимания людей // Вопросы психологии, – 2003. – № 5. – 134-141
14. Плоткин В. А Временные группы как организационная форма труда. // Эргономика, 1986, № 9,11.
15. Промышленный дизайн. Курс повышения квалификации см. <http://www.britishdesign.ru/teacher/33.html>
16. Психология менеджмента /Под. Ред. Проф. Г.С.Никифорова. 2-е изд. – Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2002. – 556 с.
17. Рибін С.В Проблеми впровадження Болонської системи у навчальних закладах мистецького спрямування. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: 36. наук. пр. / За ред. Даниленка В.Я. - Харків: ХДАДМ, 2005. - №4. - 132 с. (укр., рос, анг. мов.)
18. Рос Джей .Создайте сильную команду! Пер.с англ. – Д., 2003. – 176 с.
19. Сааков В. Дизайн: культурно-историческое предприятие. см. <http://www.mumidol.ru/cino/teamwork.htm>
20. Сидоренко Е.В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии. – СПб.: Речь, 2003. – 160 с.
21. Усов Б. Е. Дизайн как коллективная деятельность специалистов различного профиля. //Техническая эстетика. 1987, №2. – с. 6-8.
22. Холл Р.Х. Организации: структуры, процессы, результаты. - СПб. Питер, 2001. - 512 с., ил. - (Серия «Теория и практика менеджмента»)

Надійшла до редакції 12.04.2007