

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО ДИЗАЙНЕРА

Актуальність проблеми. Процес формування підприємницької культури майбутніх фахівців, у тому числі й дизайнерів, має суб'єктивно-об'єктивний характер, бо кожна людина так чи так оцінює себе. Саме в рефлексивному процесі в молодій людини виробляється особистісне ставлення до економічних реалій, свій погляд на існуючі економічні відносини й перспективи їх розвитку. Тому за своїм змістом формування підприємницької культури є складним психолого-педагогічним явищем. У полі цієї проблеми існує чимало недостатньо досліджених понять, феноменів, концептів, підходів тощо.

Аналіз останніх досліджень. Донині в науковій літературі немає точного й однозначного визначення поняття “підприємницька культура”, бо воно є порівняно новим у колі гуманітарних наук, а формування цієї особистісної якості в суб'єктів навчання не має цілісного підходу й повної характеристики як психолого-педагогічного явища й наукового феномена. Однак цій проблемі присвячено низку праць таких українських учених як Д. Тхоржевського, Г. Шевченка, М. Тименка, О. Ястремської та ін. При цьому слід зазначити, що загальнотеоретичні засади формування підприємницької культури є достатньо дослідженими в галузі професійної підготовки майбутніх фахівців економічного профілю. Натомість у сфері мистецтва, зокрема, у дизайн-освіті, ці питання вимагають ретельного наукового аналізу.

Мета статті – з'ясувати суть поняття “підприємницька культура дизайнера” і в руслі системного підходу розробити педагогічну систему формування цієї якості в студентів вищих навчальних закладів дизайнерського профілю.

Виклад основного матеріалу. Реалії сьогодення змушують зрозуміти, що центральною фігурою соціально-культурного відродження країни й нації постає

ініціативний, діловий, винахідливий, творчо мислячий дизайнер, бо саме завдяки його продуктивній праці суспільство зберігає традиції й культивує новаторство в галузі матеріальної культури, виробництво якої в сучасних соціокультурних умовах неможливе без відповідних форм підприємницької діяльності.

Підприємництво – одна зі здатностей людини, що виявляється в різних видах його діяльності. У Словнику В. Даля поняття “підприємець” трактується як та особа, яка щось затіває, готова виконати яку-небудь нову справу, приступити до здійснення чого-небудь значного; підприємлива людина – це той, хто схильний робити щось. У своєму дослідженні М. Базунова поняття “підприємливість” визначає як тип соціальної активності, яка полягає в енергійній, ініціативній дії щодо подолання примусової ситуації, коли потреба діяти є для особистості нездоланною [3, с. 11]. Ймовірно, що ці трактування є неповними, позачасовими, але завдяки своїй деякій абстрактності дають змогу побачити підприємливість людей не тільки в господарській сфері. Із цієї точки зору, наприклад, винахідника, ученого, художника, дизайнера та ін. також можна назвати підприємливими, хоча очевидно, що мотиви й цілі їх діяльності відрізняються від тих, що характерні для бізнесу. Тому можна стверджувати, що загальними рисами підприємництва в будь-якій галузі професійної діяльності є схильність до творчого, новаторського підходу до справи, уміння залучити людей до сумісних дій, організувати їх ефективний зв'язок. На користь цієї тези можна навести визначення поняття “підприємець”, сформульоване Б. Болтоном і Д. Томпсоном, – “...це людина, для якої творчість і інновації є звичкою, в результаті якої вона на основі помічених нею можливостей створює і представляє споживачеві щось нове й цінне” [6]. У контексті цього означення справжній фахівець-дизайнер є водночас підприємцем, бо він займається творчістю безперервно.

Творити – значить невпинно шукати нові види діяльності. Але в підприємця-дизайнера творчість неодмінно поєднується зі здатністю здійснювати інновації, генерувати плідну ідею й реалізувати її на практиці. Саме таке бажання доводити почате до кінця й не зупинятися доти, поки завдання не виконане, і є центральним мотивом поведінки підприємця-дизайнера. Насправді, коли проект виконаний,

підприємливий дизайнер відразу шукає нові пропозиції дизайн-розробок, бо для нього творчість та інновації є потребою й звичкою. Йому просто необхідно цим займатися постійно. Тому підприємливих дизайнерів зазвичай вважають порушниками спокою на ринку, бо завдяки своїм інноваціям вони кидають виклики крупному сталому бізнесу. Однак підприємницьку активність дизайнера в контексті її соціальної користі можна розглядати з позицій феномена культури, тобто підприємницької культури як однієї з найважливіших інтегративних якостей його професіоналізму.

У Соціологічному словнику термін “підприємницька культура” трактується як “...певна соціетальна культура, у межах якої особливо цінуються такі якості, як індивідуальна ініціатива, енергійність і впевненість у власних силах” [1, с. 238]. Таке визначення, на наш погляд, надто узагальнене і не дає змоги конкретизувати це поняття в контексті дизайнерського фаху.

Зважаючи на таку головну особливість будь-якого виду дизайнерської діяльності як її творчий характер, варто взяти за основу розуміння підприємницької культури дизайнера достатньо конкретизоване формулювання цього поняття, наведене в статті Х. Магомедової, – “...ознаками підприємницької культури особистості є захопленість своєю справою; підприємливість як здатність до передбачення, прогнозування, “професійне чуття”; самостійність і нестандартність мислення; новаторство в досягненні цілей; сміливість і винахідливість; діловитість і практичність; високий рівень оволодіння інформаційними технологіями; вимогливість до себе й інших; уміння працювати в команді; розвинене відчуття відповідальності, вірність слову” [5]. З названих ознак стосовно дизайнерського фаху особливо рельєфно виступають такі якості як захопленість справою, нестандартність мислення, новаторство, діловитість. Екстраполюючи їх на соціальний контекст, можна стверджувати, що підприємницька культура дизайнера – це його інтегративна здатність захоплено створювати інноваційні дизайн-проекти й упевнено та по-діловому реалізовувати їх із максимальною соціально-економічною користю.

Формування підприємницької культури майбутнього дизайнера – одне із пріоритетних завдань сучасної вищої школи. Така необхідність підтверджується результатами педагогічного моніторингу реального процесу професійної підготовки майбутніх дизайнерів у вищих навчальних закладах, який показав, що формування цієї якості в студентів обмежене лише ретрансляцією змісту західних видань із підприємництва в дизайні, ЗУНівським підходом до навчання. Натомість сучасна світова освітня практика дедалі ґрунтовніше доводить, що в процесі професійної підготовки пріоритетними мають стати: установка на розвиток підприємницьких здібностей і виховання якостей майбутнього дизайнера, що забезпечують його конкурентоспроможність в умовах ринкової економіки; розробка науково-обґрунтованої системи формування підприємницької культури в майбутніх фахівців дизайнерського профілю. У зв'язку із цим особливо актуальною постає проблема вироблення теоретико-методологічної стратегії формування підприємницької культури в межах професійної підготовки майбутнього дизайнера. У її основу можна покласти цілу низку наукових підходів (системний, синергетичний, аксіологічний, акмеологічний та ін.), серед яких найперспективнішим, на наш погляд, є системний підхід.

Під системним підходом у філософській літературі (В. Афанасьєв [2], І. Блауберг, В. Садовський, Е. Юдін [4] та ін.) розуміється напрям наукового пізнання й практики, в основі якого лежить дослідження об'єкта як системи, яка вивчається переважно під кутом зору внутрішніх і зовнішніх її властивостей і зв'язків, що обумовлюють цілісність об'єкту, його внутрішню організацію й функціонування.

У контексті заявленої проблеми неодмінно фігурує поняття “педагогічна система”, яке є безліччю взаємопов'язаних структурних і функціональних компонентів, підлеглих цілям освіти. До цих компонентів, на нашу думку, слід зараховувати: цілі навчання й виховання; суб'єктів навчання та їхні особистісні властивості; викладачів або технічні засоби навчання, що автоматизують педагогічну діяльність; зміст навчання й виховання; організаційні форми педагогічної діяльності; дидактичні способи реалізації цілей педагогічного процесу.

Процес формування підприємницької культури майбутніх дизайнерів як педагогічна система характеризується наявністю різноманітних типів зв'язків: взаємодії, породження, перетворення, побудови, функціонування, розвитку, управління. Беручи їх до уваги, педагогічну систему формування підприємницької культури майбутнього дизайнера можна представити чотирма базовими підструктурами: а) концептуальна – підґрунтя, цінності, закономірності, принципи; б) нормативна – цілі, програми, критерії, стандарти; в) технологічна – засоби, умови, форми, способи; г) процесуальна – завдання, дії, результати, оцінки.

Основою концепції формування підприємницької культури майбутнього дизайнера, як педагогічного процесу є такі ідеї: економічної індивідуалізації як освоєння студентами ролі потенційного суб'єкта підприємницької активності; економічної соціалізації особистості як етичне освоєння студентами ролі потенційного суб'єкта соціально-економічних відносин; економічної інтеграції як проектування суб'єктивної моделі економічного успіху й освоєння студентами ролі потенційного суб'єкта професійно-підприємницької діяльності; педагогічного супроводу процесу становлення суб'єкта формування підприємницької культури.

Нормативна підструктура припускає опору на аксіологічний (найвища цінність – людина), розвивальний, синергетичний (співробітництво, партнерство), культуровідповідний (культурне самовизначення в підприємницькому просторі) принципи формування підприємницької культури майбутнього дизайнера.

Технологічною підструктурою системи формування підприємницької культури майбутнього дизайнера передбачено цілі, педагогічні завдання, способи й технології, умови формування й форми організації педагогічної діяльності.

Процесуальна підструктура передбачає освоєння студентами професійних ролей, які здійснюється в процесі вирішення підприємницьких завдань, тестів, проблем на заняттях із дисциплін економічного профілю – маркетингу й менеджменту в дизайні, основ економічних знань та ін. Цей процес має відбуватися поетапно: на першому етапі педагог ставить проблему й намічає метод її вирішення, а саме рішення і його пошук здійснюють студенти; на другому етапі педагог тільки ставить проблему, а студенти самостійно шукають шляхи її вирішення; на третьому

етапі студенти все (постановку проблеми, пошук методу, розробку самого рішення) здійснюють самостійно. При цьому підвищується рівень творчості в рішенні завдань підприємницького характеру.

Висновки. Суть підприємницької культури дизайнера полягає в його інтегративній здатності захоплено створювати інноваційні дизайн-проекти й упевнено та по-діловому реалізовувати їх із максимальною соціально-економічною користю.

Системний підхід виступає теоретико-методологічною стратегією ефективного формування підприємницької культури майбутнього фахівця дизайнерського профілю.

Формування підприємницької культури майбутнього дизайнера може ефективно здійснюватися тільки в межах спеціальної розробленої педагогічної системи, що складається з концептуальної, нормативної, технологічної й процесуальної підструктур професійної підготовки студентів у вищих навчальних закладах.

Література:

1. Аберкромби Н. Социологический словарь / Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. – Казань : Изд-во Казанского гос. ун-та, 1997. – 480 с.
2. Афанасьев В. Г. Общество : системность познание и управление / В. Г. Афанасьев. – М. : Политиздат, 1981. – 432 с.
3. Бабунова М. Е. Предпринимчивость личности как социальный феномен : автореф. дис. на соискание научн. степени кандидата социологических наук : 22.00.06 / М. Е. Бабунова. – Екатеринбург, 2007. – 22 с.
4. Блауберг И. В. Системный подход : предпосылки, проблемы, трудности / Блауберг И. В., Садовский В. Н., Юдин Э. Г. – М. : Наука, 1969. – 168 с.
5. Магомедова Х. Н. Формирование предпринимательской культуры студентов / Х. Н. Магомедова [Электронный ресурс]. – Режим доступа к материалам статьи : http://www.portalus.ru/modules/shkola/rus_readme.

6. Предпринимательское творчество [Электронный ресурс]. – Режим доступа к материалам сайта :

http://www.cecsi.ru/coach/entrepreneurial_creativity.

Пічкур Микола Олександрович. Системний підхід у формуванні підприємницької культури майбутнього дизайнера.

У статті актуалізовано проблему формування підприємницької культури майбутнього дизайнера, розглянуто суть цього феномена й обґрунтовано необхідність використання системного підходу як ефективної теоретико-методологічної стратегії професійної підготовки студентів дизайнерського профілю.

Ключові слова: підприємницька культура, майбутній дизайнер, системний підхід, педагогічна система.

Пичкур Николай Александрович. Системный подход в формировании предпринимательской культуры будущего дизайнера.

В статье актуализирована проблема формирования предпринимательской культуры будущего дизайнера, рассмотрена суть этого феномена и обоснована необходимость использования системного подхода как эффективной теоретико-методологической стратегии профессиональной подготовки студентов дизайнерского профиля.

Ключевые слова: предпринимательская культура, будущий дизайнер, системный подход, педагогическая система.

Nickolay Pichkur. The system approach in formation of enterprising culture of the future designer.

In the article the problem of formation of enterprising culture of the future designer is actualized, the essence of this phenomenon is considered and necessity of use of the system approach as effective methodological-theoretic strategy of occupational training of students of a design specialization is proved.

Keywords: enterprising culture, the future designer, the system approach, pedagogical system.