

КОМУНІКАТИВНА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ ВИКЛАДАЧА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Актуальність цього питання визначається постійно зростаючими потребами у викладачах художньо-дизайнерських спеціальностей. Сьогодні дизайн охоплює практично всі сфери життя і діяльності людини. У мистецьких та інженерно-технічних вищих навчальних закладах відкриваються факультети дизайну. Створюються самостійні інститути дизайну. Щоб викладати графічний дизайн у такому навчальному закладі, викладачу необхідно мати художню, технічну (відповідного напрямку), комп'ютерну, педагогічну освіту та навички науково-дослідної роботи. Результати аналізу педагогічних кадрів свідчать, що таких «ідеальних» викладачів недостатньо. Здебільшого цю дисципліну викладають художники або інженерно-технічні спеціалісти. Вони потребують психолого-педагогічних знань, але із різних причин не можуть отримати другу вищу освіту. Оптимальним вирішенням цієї проблеми є розвиток професійної майстерності шляхом організації курсової підготовки у самих навчальних закладах та самоосвіти.

Професійна майстерність викладача – це синтез властивостей і якостей його особистості, що дає можливість у межах здійснення своєї професійної діяльності протягом тривалого часу виконувати її впевнено, самостійно, без емоційного напруження в різних, часто непередбачуваних ситуаціях, з мінімальними помилками [4, 25]. Професійна майстерність у педагогічній діяльності не є природженою. Вона формується поступово, розвивається в процесі професійної діяльності і рівень її можна змінити за допомогою свідомої, цілеспрямованої роботи, яка враховує індивідуальні особливості, зокрема педагогічні здібності та наявність головних компонентів професійної майстерності, виділених у підручнику «Педагогіка вищої школи» [3, с.232]:

- мотиваційний компонент: наявність мотивації на досягнення успіху, впевненість у собі як викладачеві, задоволення педагогічною діяльністю;

- емоційний компонент: відсутність емоційного напруження, страху перед аудиторією, вміння регулювати свої емоційні стани, наявність вольових якостей;

- особистісний компонент: методологічна рефлексія, швидкість реакції на поведінку аудиторії й окремих студентів, нормальна стомлюваність;

- професійно-педагогічний компонент: володіння педагогічною технікою, вміння приймати педагогічно доцільне рішення у нестандартних ситуаціях, знання та вміння викладача (професійні, психолого-педагогічні, загальні), стійка потреба у самоосвіті, самопізнанні.

Для викладача взагалі, а викладача графічного дизайну зокрема, однією з основних якостей педагогічної техніки є комунікативна. Через безпосереднє спілкування викладача і студента здійснюється найголовніше в педагогічній діяльності вищої школи – формування особистості майбутнього спеціаліста. Комунікативна складова професійної майстерності викладача графічного дизайну має специфічні особливості. З однієї сторони, викладач повинен оволодіти чисто педагогічною технікою спілкування, з іншої – навчити студентів розуміти комунікативну специфіку художньо-образної мови і правильно її використовувати у майбутній роботі.

Мета даної статті – розкрити специфічні особливості комунікативної складової професійної майстерності викладача графічного дизайну.

Перша сторона комунікативного процесу, пов'язана із педагогічною технікою, досить широко розкрита в роботах відомих науковців: І.А. Зязюна, В.А. Кан-Калика, Т.Є. Аргентової, С.Л. Братченка та інших. Друга сторона, що стосується специфічних особливостей комунікативного процесу у графічному дизайні - менш досліджена, і їй в даній статті приділено більше уваги.

Свої знання і вміння викладач може передати студентам єдиним шляхом – у процесі спілкування. Спілкування викладача та студента реалізується головним чином у двох різновидах – у монолозі (монологічне мовлення) і в діалозі (діалогічне мовлення). Форми цього спілкування різноманітні. Найпоширенішими є розповідь, лекція, коментар, пояснення (правил, законів, термінів тощо), розгорнуті оцінні судження (мотивація оцінки знань, поведінки, самостійної

діяльності студентів). Діалогічне мовлення викладача широко представлене в різного роду бесідах, що будуються у вигляді запитань і відповідей [3, 109].

Аналізуючи мовлення педагога, нерідко використовують вислів «комунікативна поведінка». В сучасній науковій літературі під комунікативною поведінкою розуміють не просто процес говоріння, повідомлення чогось, а таку організацію спілкування й відповідно до нього невербальної поведінки викладача, яка впливає на створення емоційно-психологічної атмосфери педагогічного спілкування, характер взаємин між викладачем та студентами, стиль їхньої діяльності [4, 42]. Проаналізувавши різні види стилів педагогічного спілкування за класифікаціями В.А. Кан-Калика, С.Л. Братченка, Т.Є. Аргентової, викладач вищої школи вибере такі, які ґрунтуються на взаємній довірі, розумінні спільних задач, психологічній підтримці, принципах співробітництва. Розумно, виважено поєднуючи елементи різних стилів, викладач виробляє свій, «індивідуальний» стиль педагогічного спілкування з групою студентів чи з кожним студентом окремо. Природно, стиль спілкування, що задається викладачем, істотно впливає на ставлення студентів до навчального предмета, який він викладає. Надмірно велика дистанція, встановлена викладачем між собою і студентами, призводить до того, що студенти бояться звернутися до нього за роз'ясненнями, приховують своє нерозуміння. Значно близька дистанція, неформальні відносини можуть викликати у студентів ілюзію не обов'язковості, небажання глибоко засвоювати навчальний предмет. Конфліктні відносини, що виникають з викладачем, можуть призводити до ігнорування його навіть справедливих вимог. Необ'єктивність викладача до студента, неадекватно занижена оцінка його знань і здібностей, безтактність у спілкуванні можуть викликати глибокі емоційні травми, внаслідок чого навіть після закінчення вузу, у самостійній професійній діяльності звернення до відповідного виду діяльності може або блокувати («спрацьовують» захисні психологічні механізми), або активізувати сліди пережитого [2, 61].

Комунікативний процес між викладачем і студентами дизайнерських спеціальностей має свої особливості. Спілкування – це процес взаємодії і взаємин суб'єктів, під час якого відбувається обмін діяльністю, інформацією,

емоціями, навичками, уміннями [1, 6]. Спілкуватися вміють усі люди. А комунікативними якостями, комунікативною поведінкою володіють далеко не всі викладачі. Це підтверджують результати анкетування, проведеного серед студентів Мистецького інституту художнього моделювання та дизайну. Вони показали, що при викладанні дизайнерських та мистецьких спеціальностей (графічний дизайн, комп'ютерні технології, проектування, рисунок, живопис) потреба в словах становить 20%, в інтонації, міміці та жестах – 25%, а решту – 50% – займає «візуальна» мова – мова ліній, плям, кольору, композиції, зображень. Не всі викладачі враховують ці показники у практичній діяльності. Це підтверджує і проведений психологами аналіз комунікативної діяльності викладача, результати якого свідчать, що дві третини її присвячено розмові, і в той же час ці дві третини розмови викладач веде сам. [1, 35]. А тим часом метою комунікативного процесу у вищому навчальному закладі є формування у студентів професійних якостей, передача їм ініціативи в самоуправлінні, самоконтролі, самооцінці. У майстерно організованому комунікативному процесі студенти самі «народжують» ідеї, які їм намагається передати викладач. Це особливо актуально для художньо-дизайнерської діяльності. Своєрідність будь-якої форми цієї діяльності полягає у тому, що вона розкриває свою естетичну функцію лише в умовах взаємодії художника-дизайнера і сприймаючої його творіння публіки, в умовах спілкування. Художнє спілкування може виступати як спілкування художника-дизайнера і великої маси людей, малої групи людей, окремої людини, наприклад критика, виконавця, любителя. Розповсюдження засобів масової комунікації робить більш прихованою і опосередкованою ситуацію спілкування художника-дизайнера з аудиторією. При цьому виникають суперечливі, незвичні комбінації форм комунікації. Наприклад, поєднання масовості спілкування (телереклама, реклама на вулицях, поліграфічні видання, призначені для широкої аудиторії) з суто індивідуальною формою його реалізації (інформаційні, попереджувальні, заборонні знаки). Комунікативне розуміння художньої діяльності в даний час утверджується у вітчизняному мистецтвознавстві. У роботах М.М. Бахтіна, що одержали в останнє десятиліття

широке наукове визнання, у працях відомих літературознавців В.Р. Щербини, М.Б. Храпченко, у дослідженнях музикознавців Е.У. Назайкінського, В.В. Медушевського, у висловлюваннях видатних художників Р.А. Товстоногова, З.А. Герасимова, Д.Д. Шостаковича й інших ми знаходимо реалізацію цієї позиції в багатому і різноманітному художньому матеріалі.

Комунікативність дизайнерської діяльності потребує уваги та дослідження у зв'язку із тим, що даний вид діяльності сьогодні активно розвивається.

Термін «комунікація» означає буквально міру «участі» (чи «співучасті») у процесі споживання, обміну й використання інформації [1, 7]. Графічний дизайн – це художньо-проектна діяльність, основним засобом якого є графіка. Це специфічний комунікативний процес, а саме, – один із видів обробки, збереження і передачі інформації через візуальні форми з емоційним забарвленням. Тобто це візуалізація інформації, призначена для масового поширення за допомогою поліграфії, кіно, телебачення, а також створення графічних елементів для промислових виробів і предметного середовища. Залежно від об'єкта розробки існують різновиди графічного дизайну: друкована та рекламно-інформаційна продукція, системи візуальної комунікації, промислова графіка, виставкові стенди, комплекси фірмових стилів тощо. Кожна із цих галузей поділяється на види. Однак методичні принципи діяльності дизайнерів усередині кожного виду залишаються спільними, лише з невеликим коригуванням на особливості об'єкта розробки. [6, 37].

Нинішнє суспільство називають інформаційним. Інформація, як одна із дієвих сил розвитку суспільства, обробляється, зберігається і передається в часі і на відстані. Значне збільшення кількості інформації та інформаційних потоків вимагають зменшення кількості часу на процеси обробки та сприймання інформації і прийняття рішень. Зрозумілі і звичні для всіх мовленнєві форми закріплюються у вигляді текстових блоків, що здійснюють цілеспрямований вплив на логічне мислення. В одних випадках вони можуть доповнювати або уточнювати зміст зображувальних елементів, робити його більш ясним та

доступним, в інших – їх надмірна кількість може гальмувати і ускладнювати цей процес. Тому, впровадження і розвиток в освітніх технологіях тих напрямків діяльності, що готують особистість до роботи з інформацією і на професійному рівні розглядають проблеми як технічні, так і психологічні, пов'язані із її укладанням (кодуванням) та умовами сприйняття (декодуванням), є актуальними та пріоритетними серед усіх інших. Одним із таких напрямків є графічний дизайн, оскільки він має справу із світом інформації у широкому розумінні цього терміну, надаючи інформації візуальної форми та емоційного забарвлення.

Залежність потреб інформації від психології потенційного споживача перетворила графічний дизайн на засіб спілкування, подібний до писемної мови, в якому віддзеркалюється суспільство з його культурою, мораллю, ідеологією, політикою, економікою, рівнем побуту, модою тощо. Історія розвитку і становлення комунікативних систем свідчить, що розвиток навичок передачі інформації через об'єкти візуальної комунікації (проекуванням яких займається графічний дизайн) відбувався за аналогією з розвитком писемності. Як для викладача, так і для студентів опанування закономірностями графічної мови є однією з умов підвищення ефективності виробництва і проектно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, структурування та впорядкування інформаційних повідомлень. У число об'єктів розробки і проеккування графічного дизайну входять друковані видання (книжки, журнали, плакати, листівки, марки тощо), графічні зображення і знакові позначення на станках і приладах, а також об'єкти друкованої реклами суспільно-громадського призначення (графічне вирішення виставкових конструкцій, вітрин, дорожніх знаків, паркувань тощо), графіка для телебачення та кіно, – тобто, все те, що допомагає здійснювати візуальний зв'язок між людьми, людиною та речами.

Специфіка графічного дизайну полягає в тому, що художньо-проектна творчість завжди пов'язана із вирішенням того чи іншого функціонального завдання у чітко зумовлених обставинах. Оволодіння специфікою такої діяльності в теорії, практиці та потреби підготовки відповідних фахівців

високого рівня призводять до необхідності постійного професійного розвитку та удосконалення професійної майстерності самого викладача графічного дизайну. Цей процес трьохсторонній, у ньому задіяні мистецький, логічний та мовний компоненти, оскільки створення графічного образу неможливе без мисленнєвої діяльності, а остання – невід’ємно пов’язана із мовою (у тому числі і графічною), а також іншими знаковими системами, що є предметом огляду суміжної гілки наукових знань – семіотики. Якщо перших два компоненти широко вивчаються у вищих навчальних закладах, то мовний компонент часто упускається через те, що малодосліджений. Під цим поняттям розуміється ступінь оволодіння фахівцем скарбницею графічних форм (іконотекою), способами і закономірностями поєднання цих форм (ізоморфологією), гнучкістю і варіативністю при побудові композиційних рішень та влучністю використання семантики.

Фахівці графічного дизайну можуть користуватися зображувальною графічною мовою і не усвідомлювати цього фактору, його значущості. Але відсутність знання щодо структурних елементів графічної мови, притаманним їй образно-асоціативним властивостям, законам і закономірностям в організації візуальних об’єктів призводить не тільки до непорозуміння між фахівцями різних галузей, але й негативного, викривленого сприйняття змісту візуальних комунікацій масового призначення. Комунікація починається з характеристики множинних інформаційних систем передачі людської мови, сигналів і зображень. Для викладача графічного дизайну важливо володіти комунікативними здібностями з характеристики множинних інформаційних систем саме зображень, тобто передачі інформації відправником за допомогою деякого коду, який одержувач має декодувати і зрозуміти. Цей процес Н.Ю. Бутейко подає у вигляді схеми: відправник – прийом кодування – сигнал – прийом декодування – результат для одержувача [1, 11]. Інтерактивна модель передбачає ще й зворотній зв’язок – наочно демонструючи колоподібний характер комунікації – відправник і одержувач повідомлення послідовно міняються місцями, – що постійно відбувається під час навчального процесу.

Тому для викладача графічного дизайну важливо самому досконало володіти мовним компонентом і навчити студентів створювати візуальні повідомлення у графічному дизайні так, щоб вони не суперечили системі характерних морфологічних ознак, що формують загальний емоційно-художній вплив дизайн-об'єкту.

Для того, щоб процес комунікації у графічному дизайні був прогнозованим, необхідно не лише розуміти всі його структурні компоненти, а й враховувати перешкоди, які можуть зустрічатися на цьому шляху.

Н.Ю. Бутенко виділяє ряд причин поганої комунікації:

- стереотипи – в результаті немає об'єктивного аналізу і розуміння ситуації;
- «упереджені уявлення» – в результаті відкидається все, що суперечить власним поглядам;
- ворожі взаємовідносини – в результаті не сприймається ніяка інформація від «ворога»;
- відсутність інтересу – в результаті не буде уваги;
- помилки в побудові висловлень – в результаті буде викривлене сприйняття інформації;
- неправильний вибір стратегії і тактики спілкування тощо [1,17].

Таким чином оволодіння технікою педагогічного спілкування та опанування закономірностями графічної мови є провідною складовою професійної майстерності викладача графічного дизайну.

Результати анкетування, проведеного серед викладачів дизайнерських спеціальностей, свідчать про те, що викладачі зацікавлені у розвитку комунікативного компоненту професійної майстерності, але відмічають відсутність методичних рекомендацій та чіткої системи роботи у цьому напрямку і, у зв'язку із завантаженістю, – обмаль часу на опрацювання всієї необхідної літератури. Вирішення вказаних проблем вимагає подальших науково-методичних досліджень і розробки відповідних методичних рекомендацій.

Література

1. Бутенко Н.Ю. Комунікативна майстерність викладача: навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2005. – 336с.
2. Кан-Калик В.А. Учителю о педагогическом общении. – М.: Педагогіка. 1987. – 190с.
3. Педагогіка вищої школи. навч. посіб. / за ред. З.Н.Курлянд. – К.: Знання, 2007. – 495с.
4. Педагогічна майстерність. підручник/ І.А.Зязюн, Л.В. Крамущенко, І.Ф. Кривонос та ін.; За ред. І.А.Зязюна. – К.: Вища школа, 1997. – 349 с.
5. Федорчук В.В. Основи педагогічної майстерності. – Кам'янець-Подільський: Вид.Зволейко Д., 2008. – 140с.
6. Черневич Е.В. Язык графического дизайна. – М.: ВНИИТЭ, 1975. – 137с.