

УНИВЕРСИТЕТСКИЕ ПРАКТИКИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

УДК 94; 74

DOI: 10.17223/19988613/59/28

В.А. Клименко, Е.Э. Павловская

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ЗАМЕТКИ О ПРОБЛЕМАХ ВЫСШЕГО ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

Анализируются проблемы современного российского дизайн-образования с точки зрения его взаимодействия с реальными секторами экономики, содержательного наполнения, кадрового обеспечения. Материалом исследования послужили публикации последних лет, посвященные проблемам развития креативной экономики и формирования новых моделей университетского образования, сайты профильных дизайнерских вузов. Методика исследования опирается на результаты мониторинга вузов 2015–2017 гг., опыт работы авторов в разработке и создании образовательных программ в области дизайна.

Ключевые слова: креативная экономика; дизайн; дизайн-образование; мониторинг; инновации; наука; кадры; университет.

Начиная с 2000 г., когда в американском журнале BusinessWeek вышла статья Питера Коя «Креативная экономика» [1], термин «креативная экономика» активно используется не только в научной литературе: на его основе разворачиваются общественные и бизнес-дискуссии, создаются государственные, региональные, корпоративные программы, реализуются частные проекты и локальные инициативы. Ричард Флорида, один из основоположников теории «креативной экономики», утверждает, что креативность становится ключевым фактором развития экономики и общества, и в этом истинная движущая сила всех процессов. Представители креативного класса выходят за привычные рамки, развиваются с рекордной скоростью и вдохновляют на это окружающих. Креативность подразумевает определенный тип мышления и модель поведения, которые необходимо воспитывать как на индивидуальном уровне, так и на уровне социальной среды, в которой живет человек [2].

По мнению большинства исследователей, основой креативной экономики являются креативные индустрии – сферы деятельности, в которых осуществляются создание и капитализация интеллектуального продукта. Автор одной из наиболее популярных книг по креативной экономике [3] Джон Хокинс называет дизайн в числе 15 секторов креативной индустрии, в то же время, на наш взгляд, значительная часть из оставшихся 14 имеет к дизайну самое непосредственное отношение – мода, реклама, полиграфия, телевидение, игры и видеоигры, наконец – архитектура, которая в последние годы все более стремится «походить» на дизайн... Отметим, что Основы государственной культурной политики, принятые в Российской Федерации [4], в перечне креативных индустрий отводят промышленному дизайну и моде первую позицию. Сам Хокинс

утверждает, что понимание дизайна как процесса значительно шире его традиционного определения, связанного с «разработкой идей и спецификаций, оптимизирующих функционирование, ценность и внешний вид продуктов и систем к взаимной выгоде пользователей и изготовителей». По его мнению, возможности дизайна простираются от создания интерьеров до разработки крупномасштабных инфраструктур [3. С. 82]. Иными словами, роль дизайна в креативной экономике не исчерпывается проектированием функциональных и эстетически привлекательных предметов потребления. Все большее значение приобретают используемые в самых разных областях принципы и методы дизайн-мышления: «Креативный сектор экономики работает с оригинальными идеями, творческим потенциалом человека в отличие от стандартного труда работников промышленной индустрии. От работников креативного сектора требуется способность к творческому мышлению, генерация новых идей, широкий кругозор» [5. С. 15]. Это накладывает особые требования к профессиональному образованию – основному поставщику кадров для формирования и развития креативных индустрий. Специалисты отмечают, что «для креативных индустрий характерна... кластерная модель, которая основана на содружестве независимых компаний и университетов, связанных отношениями сотрудничества и конкуренции, а нередко и общностью территории. Профессиональное образование, таким образом, становится ключевым ресурсом креативных индустрий» [6. С. 171].

В какой степени российское дизайн-образование готово взять на себя роль одного из драйверов развития креативной экономики и креативных индустрий, насколько серьезными могут быть ожидания от тех, кто еще только постигает азы творческих профессий, но

уже претендует на вхождение в креативный класс? Это вопросы, имеющие непосредственное отношение к перспективам развития креативной экономики в России. Вместе с тем исследований, посвященных оценке потенциала творческого образования как одного из ключевых ресурсов креативной экономики, практически не предпринималось. В этой связи анализ ситуации, которая складывается в профессиональном дизайн-образовании, является необходимым инструментом понимания тех проблем и возможностей, которые связаны с развитием креативных индустрий в России и формированием креативного класса.

На первый взгляд, картина складывается достаточно благополучная. Если в начале 90-х гг. в России было всего четыре высших учебных заведения, в которых велась подготовка дизайнеров, то сегодняшний рынок дизайн-образования переполнен предложениями разного рода – от краткосрочных дистанционных курсов до бакалаврских и магистерских программ. Некогда недоступный для большинства советских людей, уже с началом перестройки дизайн как один из символов «красивой» жизни оказался чрезвычайно востребован активно формирующимся «обществом потребления» в форматах брендовых товаров, глянцевого изданий, популярных телепроектов и т.д. А еще – в формате модной профессии, гарантирующей, по мнению большинства обывателей, легкое и безбедное существование. К началу 2000-х гг. массовый приток абитуриентов, мечтающих получить высшее дизайн-образование, привел к появлению огромного количества предложений со стороны государственных и частных вузов, от дизайна весьма далеких. По данным портала Vuzoteka, 217 российских вузов ведут обучение по направлению подготовки 54.03.01 – Дизайн (бакалавриат) [7], на сайте postupi.info сообщается о том, что в их базе значится 271 такой вуз [8]. Для многих из этих вузов дизайн-образование – дань моде или временный способ привлечения дополнительных средств, при этом обратная тенденция (закрытие направления) постепенно набирает обороты. Слишком сложной и затратной оказывается подготовка дизайнеров для большинства непрофильных вузов, слишком частыми становятся рекламации работодателей на качество подготовки выпускников и т.д. В то же время нельзя недооценивать возможности, которые могут появиться благодаря интеграции дизайн-образования с техническими, инженерными, гуманитарными, естественно-научными специальностями: «Технический прогресс и роботизация в скором времени высвободят большие трудовые ресурсы. Замещение должно произойти за счет расширения сегмента творческих и креативных профессий. Поэтому в школах и университетах нужно существенно увеличить долю междисциплинарных программ, соединяющих элементы креативной и технической областей знания» [9]. Но в любом случае становление новых специальностей, как и новых вузов – процесс, занимающий годы и десятилетия.

В рамках данной статьи речь пойдет только о ведущих государственных вузах, реализующих образова-

тельные программы подготовки дизайнеров (это соответствующие федеральным образовательным стандартам направления Дизайн 54.03.01 – бакалавриат и 54.04.01 – магистратура), для которых эти направления являются профильными на протяжении многих лет. Это Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова (МГХПА им. Строганова), Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А.Л. Штиглица (СПбГХПА им. Штиглица), Уральский государственный архитектурно-художественный университет. К нашей выборке мы добавили Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств, который стал четвертым в России специализированным творческим вузом, осуществляющим подготовку дизайнеров. История художественно-промышленного образования в знаменитой «Строгановке» насчитывает уже почти 200 лет (с 1820 г.), в Академии Штиглица более 140 лет (с 1876 г.), дизайн-образование в УрГАХУ ведет свой отсчет с 1968 года, т.е. 50 лет. В Новосибирске дизайнеров готовят с 1989 г.

Созданные задолго до постперестроечного бума, когда едва ли не в каждом вузе появились кафедры дизайна, именно эти вузы формируют основу и костяк современного российского дизайн-образования, сохраняя и развивая традиции легендарных ВХУТЕМАСа и ВХУТЕИНа, используя опыт и методики лучших зарубежных университетов. Но если существующие тенденции, связанные с общим положением дизайна в России, едиными (не делающими поправок на специфику) требованиями к высшим учебным заведениям сохранятся, мы можем потерять эти дизайнерские школы уже в ближайшие годы. Как безвозвратно потеряли уникальный научный и проектный центр ВНИИТЭ (Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики) с развернутой сетью региональных филиалов, многочисленные отраслевые СХКБ (специальные художественно-конструкторские бюро, разрабатывавшие для промышленных предприятий проекты различных видов продукции), систему дизайн-экспертизы качества изделий и т.д.

Начнем с того, что для профильных вузов отмеченная популярность дизайн-образования, как ни странно, обернулась серьезнейшей проблемой. Их руководства, не испытывая ни малейших проблем с набором бюджетных и внебюджетных студентов даже при самой высокой в сравнении с другими специальностями нормативной стоимости обучения (в отличие, например, от многих технических вузов, вынужденных бороться за абитуриента, за ресурсы, за трудоустройство выпускников и пр.), не сумели или не захотели формировать внутри себя структуры, способные к организации взаимодействия с реальными секторами экономики, готовы воспринять, оценить, довести до рабочего уровня и воплотить в жизнь студенческие проекты. В дизайнерских вузах, как правило, практически отсутствуют службы или специалисты, функционально заинтересо-

ванные в продвижении креативного интеллектуального продукта, создаваемого в процессе образовательной деятельности усилиями преподавателей и студентов. В лучшем случае дело ограничивается регистрацией базы данных или подачей заявки на промышленный образец. Не случайно, согласно данным ежегодных мониторингов вузов [10], ведущие дизайнерские вузы страны по таким показателям, как «удельный вес средств, полученных от использования результатов интеллектуальной деятельности», «количество бизнес-инкубаторов, технопарков, малых инновационных предприятий», «количество лицензионных соглашений» демонстрируют, как правило, круглые нули. В итоге до стадии внедрения доходит лишь единицы студенческих разработок, курируемых преподавателями-подвижниками. В процессе обучения будущий дизайнер (если он или его педагог-энтузиаст не прилагают для этого самостоятельных усилий) оказывается изолирован от реальной профессиональной деятельности, к которой (при должных усилиях со стороны вуза) он должен был бы приобщаться с первых курсов. В итоге проблема пресловутого «бумажного проектирования», т.е. проектирования, оторванного от реальных задач, остается проблемой самого студента. Это, в свою очередь, приводит к серьезным проблемам, связанным с профессиональной адаптацией выпускников после окончания вуза. Не случайно дизайнерские вузы по показателям трудоустройства оказываются на фоне других типов вузов в числе наименее благополучных. Ссылка на то, что фриланс является предпочитаемой молодыми дизайнерами формой занятости, вряд ли может считаться корректной. Фриланс (свободное предпринимательство) предполагает наличие сформированных менеджерских и бизнес-компетенций, которые при описанной системе подготовки остаются лишь строкой в учебных программах.

Еще одна грань инфраструктурной проблемы дизайнерских вузов – катастрофическое отставание научного менеджмента от тех задач и возможностей, которыми эффективно пользуются многие технические и гуманитарные вузы. Система государственной под-

держки научной деятельности вузов, основу которой составляют Российский научный фонд и Российский фонд фундаментальных исследований, предъявляют к грантозаявителям достаточно жесткие требования, связанные с количеством и качеством научных публикаций, их размещением в международных научных базах, цитированием и т.д.

Мы проанализировали эти показатели на основе данных ежегодных мониторингов эффективности деятельности организаций высшего образования, проводимых Департаментом государственной политики в сфере высшего образования с 2013 г. Были использованы данные за 2015 и 2017 гг., поскольку в предыдущих мониторингах многие данные, интересующие нас в контексте этой статьи, не учитывались. Для сравнения с профильными дизайнерскими вузами представлены данные по Российскому государственному университету им. А.Н. Косыгина (до 2016 г. – Московский государственный университет дизайна и технологии, МГУДиТ), и Санкт-Петербургскому государственному университету промышленных технологий и дизайна (до 2016 г. – Санкт-Петербургский государственный университет технологий и дизайна, СПбГУТиД), которые традиционно считаются «дизайнерскими», но в которых доля студентов, обучающихся на дизайнерских профилях подготовки, составляет лишь около 30% (табл. 1).

Представленные данные наглядно свидетельствуют о чрезвычайно низком (в ряде случаев – нулевом) уровне научно-публикационной активности профильных дизайнерских вузов, который, помимо прочего, резко сокращает их перспективы в получении государственной грантовой поддержки научных исследований. Это же касается отсутствия возможностей открытия новых диссертационных советов по специальности «Техническая эстетика и дизайн», учреждения научных изданий по дизайну, входящих в базы данных SCOPUS и WoS, формирования кадрового резерва дизайнерского образования, организации полноценной научной подготовки магистрантов и т.д.

Таблица 1

Выборочные показатели научной и проектной деятельности вузов

Показатели научной и проектной деятельности вузов	МГХПА им. Строганова		СПбГХПА им. Штиглица		УрГАХА/ УрГАХУ ¹		НГАХА/ НГАУДИ		МГУДиТ/ РГУ им. Косыгина		СПбГУТиД/ СПбГУПТиД	
	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.
Количество цитирований публикаций, изданных за последние 5 лет, индексируемых в информационно-аналитической системе научного цитирования WoS/Scopus в расчете на 100 НПП	0,0/ 0,0	0,0/ 0,0	0,0/ 1,01	0,0/ 0,0	0,0/ 0,0	2,12/ 0,85	0,0/ 0,0	4,83/ 3,87	27,74/ 24,57	25,72/ 59,65	175,72/ 178,73	153,2/ 156,36
Число публикаций организации, индексируемых в ин-	0,0/ 0,0	0,0/ 0,0	0,0/ 1,01	0,0/ 1,0	0,0/ 0,39	0,0/ 1,27	0,0/ 1,6	0,97/ 3,87	8,98/ 19,82	17,52/ 27,28	27,53/ 28,39	23,87/ 24,39

Показатели научной и проектной деятельности вузов	МГХПА им. Строганова		СПбГХПА им. Штиглица		УрГАХА/ УрГАХУ ¹		НГАХА/ НГУАДИ		МГУДиТ/ РГУ им. Косыгина		СПбГУТиД/ СПбГУПТиД	
	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.
формационно-аналитической системе научного цитирования WoS/Scopus, в расчете на 100 ННР												
Удельный вес доходов от НИОКР в общих доходах образовательной организации	4,16	3,54	3,99	2,74	2,05	4,95	1,0	5,44	6,7	6,39	18,90	15,86
Доля ППС, имеющих ученые степени	68,51	63,36	18,88	17,65	33,46	32,28	36,63	74,22	98,63	80,84	72,56	79,36
Количество полученных грантов в расчете на 100 ННР	0,0	0,0	0,50	0,0	2,75	0,42	0,53	0,97	0,26	0,89	17,42	2,28

Примечание. В таблицах указаны сокращенные названия – УрГАХА (Уральская государственная архитектурно-художественная академия) и НГАХА (Новосибирская государственная архитектурно-художественная академия), действовавшие в 2015 г. до преобразования этих вузов в университеты.

Вместе с тем необходимость решения данной проблемы приводит нас к осознанию еще более сложной проблемы, которую мы назовем кадровой. Аксиома, не требующая доказательств, заключается в том, что основа любого высшего учебного заведения – это его профессорско-преподавательский состав, который обеспечивает главное предназначение: качественное образование студентов, их полноценную подготовку к будущей работе в условиях глобальных вызовов и постоянно изменяющихся требований к личностным и профессиональным компетенциям.

Для дизайн-образования, подразумевающего большой удельный вес индивидуальной работы преподавателя со студентом, эта аксиома приобретает особое значение. Лучшие зарубежные вузы, предлагающие различные форматы дизайн-образования, в своих рекламно-информационных материалах непременно подчеркивают, что преподавание ведется дизайнерами-практиками. Идеальная модель преподавателя, ведущего ключевые профессиональные дисциплины, такие как дизайн-проектирование, проектная графика, современные компьютерные технологии и др. – это активный и успешный профессионал, не понаслышке знающий проблемы и реалии бизнес-среды, умеющий ярко и доступно преподнести необходимые знания и раскрыть тонкости профессии, о которых невозможно догадаться, изучая пыльные учебники или популярные интернет-источники. Однако современные требования к системе высшего образования выстраивают для претендентов на эти роли жесткие оборонительные кордоны, пробиться через которые удастся только совершенно отчаянным альтруистам. Они должны быть готовы к тому, чтобы взять на себя (помимо высококвалифицированного труда за гарантированно низкую зарплату преподавателя без ученой степени) собирание различных справок (например, ежегодная с недавних пор справка о «несудимости» или обязательная санитарная книжка), бесконечное заполнение множества отчетных

форм, писание индивидуальных планов, учебных программ, фондов оценочных средств и т.д. Но это далеко не все: чтобы соответствовать должности преподавателя вуза, а тем более – доцента или профессора, необходимо публиковать статьи (желательно в почти «непробиваемых» для дизайнеров базах Scopus и WoS), писать и издавать учебно-методические пособия (которые устаревают в нынешних условиях раньше, чем дописываются их ключительные разделы), участвовать в постоянных семинарах-совещаниях-заседаниях, проходить регулярное «повышение квалификации» по достаточно странным программам, не имеющим отношения к преподаваемым учебным дисциплинам. Несмотря на то, что именно преподаватель приносит вузу основные «живые» деньги, связанные с образовательным процессом (будь то федеральный госзаказ или внебюджетные студенты), его обязуют нести в вуз хоздоговорные (проектные) деньги и научные разработки. И так далее: администрация почти каждого вуза готовит кроме федеральных собственные «инновации» – система менеджмента качества с поголовным вовлечением студентов и преподавателей, регулярные мониторинги-самообследования, рейтингование преподавателей на основе анонимных опросов студентов. Вся эта бюрократическая мощь, обрушиваясь на головы новоиспеченных претендентов на работу в вузе, достаточно быстро охлаждает их желание посвятить себя преподавательской деятельности. А вместе с этим сокращает легитимные формы сотрудничества с вузом до краткосрочного пребывания в ГЭКе (где в соответствии с новейшими требованиями должно быть не менее 50% членов, привлеченных со стороны) или коротких учебных курсов на условиях почасовой оплаты.

Более того, поставленные в абсолютно равные условия с другими вузами, где большинство аудиторных занятий проводится в форматах поточных лекций, дизайнерские вузы в последние годы целенаправленно накладывают вето на прием новых преподавателей. Федеральная целевая программа развития образования

на 2016–2020 гг. определила в качестве единого для любых вузов показателем соотношение преподавателей и студентов 1 к 12 [11]. Для сравнения: долгое время этот показатель для творческих вузов составлял 1 к 4 или 1 к 6, соответственно, происходит постоянное увеличение нормативов нагрузки на одного преподавателя, меняется (естественно – не в лучшую сторону) соотношение количества преподавателей и студентов при проведении занятий по дизайн-проектированию, проектной графике и т.д. Региональные вузы, чувствуя себя менее защищенными перед вышестоящими проверяющими, делают это более «энергично», чем вузы

Москвы и Санкт-Петербурга. Такая политика приводит к тому, что в дизайнерских вузах неуклонно сокращается доля молодых преподавателей и неизбежно растет число тех, кому далеко за 60. Реальной проблемой становится то, что возрастные преподаватели, ведущие уникальные курсы, имеющие огромное значение для подготовки будущих дизайнеров, попросту не знают, кому из молодых преподавателей они смогут передать этот багаж. По результатам мониторинга вузов нами была составлена таблица, где отражены некоторые характеристики кадрового состава высших учебных заведений (табл. 2).

Таблица 2

Некоторые характеристики кадрового состава вузов

Показатели научной и проектной деятельности вузов	МГХПА им. Строганова		СПбГХПА им. Штиглица		УрГАХА/ УрГАХУ		НГАХА/ НГУАДИ		МГУДиТ/ РГУ им. Косыгина		СПбГУТиД/ СПбГУПТиД	
	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.	2015 г.	2017 г.
Доля ППС старше 65 лет	20,85	22,5	19,31	29,0	19,49	21,65	20,35	24,22	29,06	6,35	9,76	8,18
Доля ППС моложе 40 лет	30,21	27,16	17,6	15,84	25,0	20,87	28,49	21,88	7,78	49,18	31,86	32,12
Удельный вес молодых преподавателей	14,88	8,05	12,55	5,13	11,22	5,13	8,57	8,44	6,78	10,32	20,85	18,83

Нет оснований сомневаться в том, что результаты мониторинга 2018 г. покажут картину еще более печальную. Усугубим ее тем, что такой показатель «дорожной карты», как необходимость повышения зарплаты преподавателям, решается, главным образом, за счет значительного увеличения учебной нагрузки штатным преподавателям. Это практически не оставляет им шансов для самообразования, поиска новых идей и методик преподавания, знакомства с современными тенденциями дизайн-рынка и т.д.

Отсюда возникает еще одна серьезная проблема, которая связана и с предельной загруженностью преподавателей, и с общей для любых вузов нарастающей бюрократизацией образовательного процесса – это почти паническая боязнь инноваций. Любой «шаг в сторону», даже такой простой, казалось бы, как введение новой учебной дисциплины, порождает целый шквал последствий: необходимо не только разрабатывать и утверждать новую учебную программу (что логично), но и вносить изменения во все учебные планы, в ОПОПы, матрицы компетенций и т.д. Что уж говорить о новых образовательных программах, необходимость разработки которых, казалось бы, очевидна в условиях стремительного развития технологий, появления новых направлений и форматов дизайнерской деятельности, меняющейся экономической ситуации и т.д. Объемы нормативного сопровождения, согласований, утверждений и т.д. многократно превышают объемы тех перспектив и возможностей, которые получают вуз, кафедра, а главное – потенциальные студенты и будущие работодатели. Не случайно в большинстве про-

фильных вузов набор дизайнерских программ (профилей) не меняется на протяжении многих лет, а новые программы (если внимательно посмотреть на их содержание, доступное на сайтах), отличаются от прежних только названиями. Попытки введения новых профилей встречают реальное сопротивление на уровне вузовских администраций, в первую очередь озабоченных отчетностью перед вышестоящими инстанциями. Вот выдержка из публикации одного из преподавателей: «Учитывая успешный опыт подготовки дизайнеров системного и программного дизайна, а также необходимость специалистов данного профиля на рынке труда России, коллектив кафедры обратился к руководству Санкт-Петербургской государственной художественно-промышленной академии им. А.Л. Штиглица с просьбой предоставить возможность утверждения в Учебно-методическом объединении вузов РФ по образованию в области дизайна, монументального и декоративного искусства нового профиля подготовки творческих кадров – “Системный и программный дизайн”... Однако руководство академии удовлетворить просьбу отказалось. Кафедре было предложено войти в состав другой кафедры в качестве модуля. Таким образом, был подведен итог 37-летней деятельности педагогического коллектива кафедры – итог, который, учитывая признание “чужих” (профессиональной общности) и “своих” (руководства академии), можно охарактеризовать как “Свой среди чужих, чужой среди своих”» [12. С. 209].

Одним из главных последствий описанных проблем становится неуклонное снижение качества дизайн-

образования именно в тех вузах, которые по определению должны держать его уровень. Стабильно высокие конкурсы в ведущие дизайнерские вузы, о чем свидетельствует, в частности, высокий (по сравнению с большинством вузов) проходной балл абитуриентов, позволяют отобрать на первый курс достаточно хорошо подготовленных студентов. Средний балл ЕГЭ абитуриентов, поступивших на бюджет, превышает 75 баллов, что соответствует уровню топовых вузов. Другое дело, что в последние годы почти 90%, а иногда и все 100% из них – девушки, хотя до начала 90-х гг. дизайн в России считался преимущественно «мужской» профессией. Джон Хокинс, описывая рынок дизайна Великобритании начала 2000-х гг., отмечает, что из почти двухсот тысяч специалистов, работающих в этой сфере, две трети – это мужчины и две трети – моложе 40 лет [3. С. 83]. Более того, в ряде европейских стран профессиональные дизайнерские сообщества и сейчас выражают озабоченность тем, что среди дизайнеров мало женщин, что они редко претендуют на ведущие дизайнерские должности в крупных компаниях, что уровень их зарплаты оказывается ниже, чем у коллег-мужчин на таких же должностях.

В качестве основной причины резкой гендерной диспропорции среди студентов российских дизайнерских вузов можно назвать общее снижение престижа дизайнерских профессий, связанное с тем, что дизайнеров массово готовят любые непрофильные вузы, а это означает их избыток на рынке труда, тотальный демпинг со стороны фрилансеров, вообще не имеющих дизайнерского образования, и постоянно снижающийся уровень начальных зарплат для выпускников. При этом такая диспропорция будущих абитуриентов формируется, на наш взгляд, еще на уровне дошкольного образования, когда занятия рисованием и художественные школы становятся прерогативой девочек. Обязательный для поступления на дизайнерское направление подготовки единый государственный экзамен по литературе (в которой девушки традиционно сильнее) только усугубляет ситуацию. Для юношей, которые хотели бы заниматься дизайном, академический рисунок и литература в качестве вступительных испытаний являются изначально непреодолимым барьером, поэтому они даже не пытаются поступать на «Дизайн». А вот в дизайнерских фирмах ведущие должности дизайнеров занимают молодые люди мужского пола, имеющие, как правило, высшее техническое образование. Общение с ними подтверждает, что они хотели бы в свое время поступать в дизайнерский вуз, но не испытывали иллюзий по поводу своих возможностей в рисунке. Однако именно художественные (не проектные!) дисциплины остаются тем стержнем, за который держатся дизайнерские вузы и с которым не хотят расставаться.

Статус «институтов благородных девиц», который складывается у дизайнерских вузов в последнее десятилетие, оказывает неблагоприятное влияние на учебный процесс. Отсутствие характерной для прошлых лет

творческой конкуренции в учебных группах, по словам многих преподавателей, реально сказывается на качестве курсовых проектов и выпускных квалификационных работ. «Слабая проектность», перекос в сторону декоративно-художественных решений в ущерб функционально-конструктивным, недостаточный уровень технической и технологической подготовки студентов и т.д. отмечаются ими как основной тренд последнего десятилетия. А все более жесткие требования к дизайнерам со стороны компаний, работающих в сферах высоких технологий, приводят к тому, что выпускники дизайнерских вузов безнадежно проигрывают «технарям».

Подведем некоторые итоги. Многочисленные исследования, посвященные истории, развитию и будущему университетов, выделяют основные стадии их развития во взаимосвязи с их деятельностью: на смену европейскому средневековому университету, сосредоточенному на образовании, в XIX в. пришла гумбольдтовская модель университета, соединившего образование и научные исследования. Третье поколение университетов, о котором серьезно заговорили в XXI в. [13], добавляет к образованию и науке предпринимательство. В последние годы все активнее обсуждаются модели развития следующего поколения «университет 4.0». Несмотря на то, что по отношению к «четвертой ступени» единой точки зрения пока не сложилось, большинство исследователей полагают, что эта модель означает активную интеграцию университетов в экономическую, социальную, культурную жизнь регионов.

На какой стадии развития находятся дизайнерские вузы – ответ, на наш взгляд, очевиден. Разумеется, в их защиту можно привести немало аргументов, связанных с необходимостью существования разных типов учебных заведений. Действительно ли нужна дизайнерским вузам научная деятельность в том масштабе, в котором ее вменяют, или же нынешняя научная «вялость» – это признак своеобразного самосохранительного поведения (вспомним Хосе Ортегу-и-Гассета, который, рассуждая о миссии университетов, настойчиво призывал отделять науку от профессионального образования [14]).

На наш взгляд, именно сейчас, когда кризисные процессы в отечественном дизайне и дизайнообразовании становятся все более очевидными, серьезные исследования, связанные с пересмотром ключевых профессиональных парадигм, абсолютно необходимы. И взять на себя эту научную миссию могут только «герои» нашей статьи. Следующая, непокоренная пока ступень – это инновационное предпринимательство. Встраивание в научно-образовательную деятельность дизайнерских вузов технологий инжиниринга, по нашему мнению, является важнейшим условием их эффективного развития и сохранения конкурентоспособных лидерских позиций в сфере дизайнообразования. Термин «инжиниринг» по отношению к дизайну подразумевает комплекс взаимосвязанных задач (исследование рынков, научно-методическое сопровождение дизайн-проектирования, изготовление

прототипов и т.д.), среди которых важнейшее место занимает выстраивание специфических для каждой индустрии бизнес-процессов. Не случайно в ведущих дизайнерских вузах Европы и США методика обучения предполагает с самых первых курсов не столько разработку проекта, сколько создание готовых прототипов для реальных рынков. Следует заметить, что в России такой подход уже использует ряд вузов, не имеющих традиций классической дизайнерской подготовки, но обладающих хорошей технической базой, сильным инновационным менеджментом и грамотно

выстроенными взаимосвязями с перспективными секторами экономики. Возвращаясь к теме креативной экономики, мы можем констатировать, что дизайн-образование как ее ресурс, безусловно, существует – в формате талантливых студентов, преподавателей-энтузиастов, интересных проектов, инициатив, мероприятий. Но система в целом требует радикальной «перезагрузки». При этом необходимы как нормативные изменения, регулирующие деятельность вузов с учетом их специфики, так и серьезные встречные усилия со стороны самих учебных заведений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Coy Peter. «The Creative Economy». *BusinessWeek Magazine*. August 28, 2000. P. 1–5.
2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее // *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. М.: Классика XXI, 2005. 430 с.
3. Хокинс Д. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги // *The Creative Economy. How People Make Money From Ideas*. М.: Классика XXI, 2011. 322 с.
4. Основы государственной культурной политики. Утверждены Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808.
5. Аликперов И.М. Креативная экономика в России: возможности и проблемы развития // *Россия между модернизацией и архаизацией: 1917–2017 гг. : материалы XX Всерос. науч.-практ. конф. Гуманитарного университета, 11–12 апреля 2017 года: доклады / редкол.: Л.А. Закс и др. : в 2 т. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2017. Т. 2. С. 13–18.*
6. Абанкина И.В., Абанкина Т.В. Место вузов в новой экономике: стратегии и угрозы // *Отечественные записки*. 2013. № 4 (55). Т. 4. С. 171–181.
7. Вузы России со специальностью дизайн – 54.03.01. URL: <http://vuzoteka.ru/вузы/Дизайн-54-03-01> (дата обращения: 9.04.2019).
8. Дизайн – специальность бакалавриата. URL: <http://postupi.info/spec/bachelor/dizayn> (дата обращения: 9.04.2019).
9. Креативные индустрии для развития регионов. Презентация Национального фонда подготовки кадров. URL: [ntf.ru/sites/default/files/Креативные индустрии](http://ntf.ru/sites/default/files/Креативные%20индустрии.pdf) (дата обращения: 22.02.2018).
10. Мониторинги эффективности деятельности организаций высшего образования, проводимых Департаментом государственной политики в сфере высшего образования. URL: https://miccedu.ru/p/monitoring_vo.html (дата обращения: 22.02.2018).
11. Федеральная целевая программа развития образования на 2016–2020 годы. URL: <https://минобрнауки.рф/проекты/фцп-развития-образования-2016-2020> (дата обращения: 22.02.2018).
12. Валькова Н. П. Свой среди чужих, чужой среди своих. (Образовательное пространство подготовки специалистов нового профиля – дизайнеров-программистов в Санкт-Петербургской государственной художественно-промышленной академии имени А.Л. Штиглица) // *Вестник Санкт-Петербургского университета*. 2012. Вып. 3. С. 196–209.
13. Виссема Й.Г. Университет третьего поколения. Управление университетом в переходный период. М.: Олимп – Бизнес, 2016. 480 с. (на рус. яз.).
14. Ортега-и-Гассет Х. Миссия университета. Минск: БГУ, 2005. 104 с.

Viktor A. Klimenko. Tomsk State University (Tomsk, Russia). E-mail: klimenko@siberia.design

Elena E. Pavlovskaya. Ural State University of Architecture and Art (Ekaterinburg, Russia). E-mail: digra2006@list.ru

RESEARCH NOTES ON THE PROBLEMS OF HIGHER DESIGN EDUCATION IN RUSSIA

Keywords: creative economy; design; design education; monitoring; innovation; science; human resources; university.

The article analyses the problems of modern Russian design education in terms of its content, human resources, and interaction with the real sectors of the economy. The materials of the research were papers of recent years devoted to the problems of design and education, the results of university monitoring in 2015–2017, the experience of the authors in the educational programs development and creation in the field of design. The purpose of the subject area studying is identifying the key problems due to the current state and prospects for the development of Russian universities, which are the flagships of design education. In the first part of the article, the urgency of the research topic is substantiated, the goals and objectives of the work are formulated, and determined criteria of the selected universities. The second part of the article refers to the infrastructural problems of creative universities, which are caused by the ineffectiveness of innovation and scientific management. The third part is devoted to the personnel problems in the universities, related to the growing bureaucratization of educational processes and leading to a steady decline in the human resources of the design education. The fourth part provides an analysis of the gender composition of applicants and design students, and its impact on the content and quality of design training. In the final part of the article, it is concluded that the system of design education needs “reset”, considering the fact that an increase in negative trends in the near future may lead to an irreversible collapse.

REFERENCES

1. Coy, P. (2000) *The Creative Economy*. *BusinessWeek Magazine*. 28th August. pp. 1–5.
2. Florida, R. (2005) *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Moscow: Klassika XXI.
3. Hawkins, D. (2011) *The Creative Economy. How People Make Money From Ideas*. Moscow: Klassika XXI.
4. President of the Russian Federation. (2014) *Basics of state cultural policy. Approved by the Decree of the President of the Russian Federation dated December 24, 2014 No. 808*. (In Russian).
5. Alikperov, I.M. (2017) *Kreativnaya ekonomika v Rossii: vozmozhnosti i problemy razvitiya* [Creative economy in Russia: opportunities and problems of development]. In: Zaks, L.A. et al. (eds) *Rossiya mezhdru modernizatsiey i arkhazitsiey: 1917–2017 gg.* [Russia between modernization and archaization: 1917–2017]. Vol. 2. Ekaterinburg: Gumanitarnyy universitet. pp. 13–18.
6. Abankina, I.V. & Abankina, T.V. (2013) *Mesto vuzov v novoy ekonomike: strategii i ugrozy* [Universities in the new economy: strategies and threats]. *Otechestvennyye zapiski*. 4(55). pp. 171–181.
7. Vuzoteka.ru. (n.d.) *Vuzy Rossii so spetsial'nost'yu dizayn – 54.03.01* [Universities of Russia with a specialty design – 54.03.01]. [Online] Available from: <http://vuzoteka.ru/вузы/Дизайн-54-03-01>. (Accessed: 9th April 2019).

8. Postupi.info. (n.d.) *Dizayn – spetsial'nost' bakalavriata* [Design as an undergraduate specialty]. [Online] Available from: <http://postupi.info/spec/bachelor/dizayn>. (Accessed: 9th April 2019).
9. National Training Foundation. (n.d.) *Kreativnye industrii dlya razvitiya regionov. Prezentatsiya Natsional'nogo fonda podgotovki kadrov* [Creative industries for regional development]. [Online] Available from: [ntf.ru/sites/default/files/ Kreativnye industrii](http://ntf.ru/sites/default/files/Kreativnye_industrii). (Accessed: 22nd February 2018).
10. Department of State Policy in Higher Education. (n.d.) *Monitoringi effektivnosti deyatel'nosti organizatsiy vysshego obrazovaniya, provodimykh Departamentom gosudarstvennoy politiki v sfere vysshego obrazovaniya* [Monitoring the performance of higher education organizations conducted by the Department of State Policy in the field of higher education]. [Online] Available from: https://miccedu.ru/p/monitoring_vo.html. (Accessed: 22nd February 2018).
11. Ministry of Education and Science of the Russian Federation. (n.d.) *Federal'naya tselevaya programma razvitiya obrazovaniya na 2016–2020 gody* [Federal Target Program for the Development of Education for 2016–2020]. [Online] Available from: [https:// minobrnauki.rf/proekty/ftsp-razvitiya-obrazovaniya-2016-2020](https://minobrnauki.rf/proekty/ftsp-razvitiya-obrazovaniya-2016-2020). (Accessed: 22nd February 2018).
12. Valkova, N.P. (2012) A friend among foes and a foe among his own. (Educational training field for specialists of a new educational programme, designer-programmers of St. Petersburg Stieglitz State Academy of Art and Design). *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Iskusstvovedenie – Vestnik of Saint Petersburg University. Arts*. 3. pp. 196–209. (In Russian).
13. Wissema, J.G. (2016) *Universitet tret'ego pokoleniya. Upravlenie universitetom v perekhodnyy period* [University of the third generation. University Management in Transition]. Moscow: Olimp – Biznes.
14. Ortega y Gasset, H. (2005) *Missiya universiteta* [The mission of the university]. Minsk: BSU.