полномочий и отчетности, адекватных взятым ими на себя обязанностям и ответственности.

Основой третьего принципа менеджмента качества является вовлечение всех участников образовательного процесса (в том числе и лиц, его обеспечивающих) в постоянное его совершенствование. Здесь обязательно должен использоваться не только механизм мотивации качественного выполнения своих функций как преподавательским составом, так и студентами, но и жесткое применение административного ресурса.

Согласно четвертому принципу, весь образовательный процесс подлежит логической декомпозиции до элементарных процессов – законченных коммуникационных актов, образующих технологию дистанционного обучения. Это даст возможность выявить способы взаимодействия участников процесса, что позволит не только установить ответственность, полномочия и четко их формализовать, но и организовать сквозной контроль на уровне каждого элементарного процесса.

Исходя из пятого принципа менеджмента качества, создание и управление системой взаимодействующих динамичных процессов, направленных на достижение поставленной цели, способствует повышению результативности и эффективности учебного процесса. Это приводит к увязыванию задач, возникающих в рамках концепции качества, появляется возможность анализа эффективности процессов, ведущая к пониманию причин возникновения разного рода проблем и к своевременным действиям по улучшению системы в целом.

Согласно шестому принципу, постоянное улучшение деятельности в целом необходимо рассматривать как неизменную цель. Это подразумевает, в первую очередь, обязательное совершенствование сотрудниками системы ДО своих знаний, навыков и умений за счет систематического обучения и создания доброжелательной атмосферы при организации такого обучения.

В основе седьмого принципа лежит организация учебного процесса, обеспечивающая точность и достоверность данных и информации, а также доступ к ним, что является основой для понимания процессов и системы в целом. Это позволяет оперативно решать возникающие проблемы, предотвращать их потенциальное возникновение и своевременно вносить коррективы, направленные на улучшение системы.

Учебное заведение не может быть конкурентоспособным на рынке образовательных услуг без своих территориально удаленных представителей. Фактически именно они обеспечивают саму возможность организации ДО за счет активной деятельности «на местах». Они же выступают «посредниками» между поставщиками, в нашем случае, школами и другими учебными заведениями и вузом. Это и есть реализация восьмого принципа системы менеджмента качества в разрезе организации ДО.

Перспективным видится некая синергетическая «суперпозиция» нескольких или всех этих принципов, когда при организации и в самом процессе обучения возникают рабочие группы с «неформальными» лидерами (причем необязательно из числа преподавателей) – своего рода виртуальные сообщества, – которые в процессе выполнения своих основных обязанностей вносят значительный вклад в улучшение организации учебного процесса и его качества, что позволит учебному заведению в краткий срок создать гибкую и легко модернизируемую сетевую образовательную среду.

Работа представлена на заочную электронную конференцию «Качество современного ВУЗовского образования», 15-20 июля, 2006г. Поступила в редакцию 27.09.2006г.

Эволюция новой парадигмы развития образования в процессе формирования профессиональной культуры дизайнерской деятельности

Матвеева Т.В.
Орловский государственный технический университет, кафедра «Дизайн».
Орел, Россия

Современное образование ищет пути совершенствования образовательной практики, направленной на повышение базовой культуры подрастающего поколения. Нацеленность современного образования на становление базовой личностной культуры при подготовке специалистов-дизайнеров, частью которой является профессиональная культура, приводит к необходимости решения ряда проблем.

Сегодня, стало окончательно ясно, что дизайн – это не просто предметно-пространственное оснащение нашей жизни. Дизайн – искусство нового этапа развития цивилизации, формирования художественной культуры человечества, эры прав человека и рыночных отношений, основанных на приоритете потребительских ценностях в укладе жизни общества. Центральной проблемой дизайна является создание культурного и антропо-сообразного предметного мира, эстетически оцениваемый как гармоничный, целостный.

Теоретическое осмысление проблемы формирования культуры дизайнерской деятельности давно назрело в современной науке. Актуальность формирования культуры дизайнерской деятельности обусловлена рядом противоречий, обострившихся в последнее десятилетие:

- между разрабатываемой образовательной парадигмой, рассматривающей личность дизайнера как цель отечественной системы дизайн-образования и неправомерно сохраняющимся взглядом на него как средство решения текущих художественно - проектных задач;

- между высоким уровнем осознания самоценности человеческой личности и традиционной методологией системы высшего образования, направленной на формирование человека лишь как специалиста;

- между потребностями студента в самореализации в пространстве культуры и действительности и реальными условиями, имеющимися средствами вуза, недостаточными для формирования культуры дизайнерской деятельности;

- между объективной потребностью формирования культуры дизайнерской деятельности будущего специалиста и недостаточной разработанностью теоретических основ этого процесса.

Исследование теоретических основ формирования культуры дизайнерской деятельности будущего специалиста базируется на идеях, согласно которым подготовка будущего дизайнера рассматривается в неразрывной связи с общественно-историческими предпосылками развития этого феномена. Анализ научных исследований, вырисовывает некоторые проблемы формирования профессиональной культуры, которые необходимо решать:

- на современном этапе развития в образовании превалируют ценности профессионального обучения при недостаточном внимании к гуманистическим ценностям;

- недостаточное понимание важности социально-воспроизводственной функции образования (утеря смыслов культуры). Утрачена установка на универсальность и целостность при наращивании количественных параметров (технократизм): формируя частичную культуру, такая «деятельность» формирует частичного человека. Тем самым она отчуждает его и самое себя от целей и идеалов культуры;

- происходит навязывание рецептов решения ситуаций, отодвигающих на второй план работу с сознанием личности.

Работа представлена на II научную конференцию с международным участием «Современная социология и образование», ОАЭ (Дубай), 15-22 октября 2006г. Поступила в редакцию 22.09.2006г.

Креативность как компонент формирования профессиональной социальной культуры дизайнера

Матвеева Т.В.
Орловский государственный технический университет, кафедра «Дизайн».
Орел, Россия

Формирование культурной личности – первостепенная задача современного общества и образования в целом.

На формирование профессиональной культуры будущего специалиста-дизайнера влияют как особенности самой профессии, так и иные факторы. Среди них можно выделить объективные и субъективные, более и менее значимые, личностные и социальные. Объективное воздействие оказывают общемировые тенденции в дизайне, социально-философские проблемы культуры, состояние системы образования и качество образовательных услуг, культура образовательного учреждения, престижность профессии в обществе. Среди субъективных факторов – общая культура и мотивация личности, получающей профессиональное образование, её габитус как совокупность предрасположенностей к социальной практике, сформированная в виде когнитивных и мотивационных структур. К таким субъективным факторам можно отнести немаловажный компонент формирования профессиональной культуры дизайнера, как креативность.

Креатив (англ. criative) – созидательный, творческий процесс формирования и воплощения оригинальной идеи. Креатив – это относительно уникальное сочетание выразительных форм необходимое для достижения определенной цели, рассчитанное на восприятие определенной категории людей, и если необходимо управление их поведением. Креатив – синоним слов «творчество, выдумка, оригинальность, удачное решение», сущность которого наиболее ярко выражается в последних перечисленных определениях.

Креатив существует в двух видах: 1) чистый креатив – это работа, например художников, где используется незамутненный творческий потенциал одного человека; 2) командный креатив – это работа группы людей над проектом, где криэтеру приходиться адаптировать свои идеи, мысли к соотношению со строго поставленными требованиями.

Уровни креативности: 1) стимульно-продуктивный. Креативность=0, но начинает все быстрее применять алгоритм (мотивация извне); 2) эвристический; 3) креативный. Не только поиск эвристик, но и постановка собственной цели. Выход за пределы проблемной ситуации – надситуативность.