

ДО ПИТАННЯ ПРО ВИДІЛЕННЯ ПЕРЦЕПТИВНОГО КОМПОНЕНТУ В ПРОФЕСІЙНІЙ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДИЗАЙНЕРА ОДЯГУ

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві ведеться активний пошук ефективної системи формування професійно компетентних фахівців, мобільних на ринку праці, готових до безперервної самоосвіти й професійної творчості. Для цього потрібні істотні зміни в змісті, засобах і методах системи освіти, які б урахували індивідуальні особливості тих, кого навчають, і, звичайно ж, специфіку професійної діяльності.

Аналіз професійної діяльності дизайнерів показує посилення значимості соціально-перцептивних знань і вмінь, що пов'язане зі становленням концептуального підходу до одягу як об'єкту соціально-психологічної взаємодії й впливу людей один на одного, засобу створення й підтримки психологічного комфорту особистості.

Дослідниками неодноразово відзначалося, що можливість підвищення якості вищої освіти й конкурентоспроможності фахівців на ринку праці закладена в компетентністному підході до їхнього навчання (Д. Равен, В.М. Бондарів, Ю.Ю. Мінгалева, М.В. Горбушина, В.А. Мартинова), основи для розвитку якого розглядалися в роботах І.А. Зимньої, Н.В. Кузьміної, А.К. Маркової, В.Н. Куніциної та ін. Ученими проведена структуризація компетентності, виділені різні її види (А.А. Деркач, Е.Ф. Зеєр, Л.М. Мітіна й ін.), пропонуються різноманітні підходи до визначення професійної компетентності. Однак не повною мірою дослідженими залишаються суть професійної компетентності стосовно професії дизайнера одягу, її значимі складові, не виділяється перцептивний компонент. Відсутні чіткі критерії й методика оцінки рівня сформованості перцептивної компетентності, методики її розвитку на етапі становлення професіонала - дизайнера.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання професійної компетентності фахівця знайшли своє відображення в теорії й методиці професійної освіти в роботах І.Г. Агапова, Н.В. Кузьміної, А.К. Маркової, Л.М. Мітіної, В.А. Слатьоніна, Е.Ф. Зеєра та ін. Конкретно професійної компетентності дизайнерів одягу присвячена дуже невелика кількість дослідницьких робіт.

Бундіна Ю.М. [1] визначає професійну компетентність як «цілісну соціально-професійну якість», що дозволяє успішно виконувати виробничі завдання, взаємодіяти з іншими людьми. Вона виділяє три компоненти професійної компетентності дизайнера: гносеологічний, праксеологічний та аксиологічний. Гносеологічний компонент передбачає адекватне сприйняття, осмислення природних і соціальних процесів світу й визначає систему знань майбутнього фахівця дизайнера. Зміст знань концентрується в таких напрямках: загальнотеоретичний базис, загальхудожній базис, спеціальні технологічні й інженерно-технічні знання, організаційно-технічні знання.

Праксеологічний компонент включає сукупність професійних умінь, що діляться на інформаційно-аналітичні, конструктивно-графічні, проєктивні, художньо-естетичні, інструментальні, організаційні.

Аксиологічний компонент виявляється в ціннісному ставленні до професії дизайнера й реалізується в здатності людини змінюватися у зв'язку з ситуацією, зі збереженням певного ядра, що включає цілісний світогляд і систему ціннісних орієнтацій.

Отже, знання й уміння адекватного сприйняття й розуміння особистості клієнта в

роботі дизайнера в наведеній структурі не відзначені.

Бундіною Ю.М. також виділяються умови становлення професійної компетентності студентів-дизайнерів: освітнє середовище, професійна компетентність викладацького складу, сформована потреба в отриманні нових знань і вмінь, рефлексивна суб'єкт-суб'єктна взаємодія у творчому процесі, активність студентів [2].

Торшина І.Б. [3] так само, як і Бундіна Ю.М., розглядає професійну компетентність дизайнера як інтегративну якість особистості. Нею виділяються показники сформованості професійної компетентності, а саме: сприйняття проектної культури, професійне мислення, відповідність нормативної моделі фахівця. Виділяються умови ефективного формування професійної компетентності дизайнера одягу:

- змістовно-цільові - чітка й логічна побудова змісту викладання навчальних дисциплін; виділення вузлових проблем; виявлення міжпредметних і причинно-наслідкових зв'язків між явищами дизайнерського мистецтва; проблемний виклад матеріалу; новизна проблем, що виявляються; актуалізація суб'єктного досвіду студентів і його включення в зміст професійної підготовки;

- організаційно-процесуальні - конструювання форм навчання, що сприяють ефективній учбово-пізнавальній діяльності студентів під керівництвом викладача, використання в її організації й здійсненні проблемно-пошукових методів; активізація емоційного й оцінювального ставлення майбутніх дизайнерів до процесу власної самостійної діяльності;

- методико-інструментальні - використання адекватних цілям педагогічного процесу методів і прийомів навчання.

Автором експериментально показано (на матеріалі художнього проектування шкільного одягу), що ефективність процесу формування професійної компетентності майбутнього фахівця-дизайнера істотно підвищується при залученні його навчальної діяльності в активну професійну діяльність.

Деякими дослідниками дизайну аналізуються складові професійної компетентності, а саме: інженерно-технічна компетенція (Фролова С.В.), компетентність у галузі живопису (Вілкова Г.А.), «дизайн-культура» (Гаврилова Л.В.).

Зокрема, Фролова С.В. [4], розглядаючи інженерно-технічну компетенцію як «володіння необхідною сумою спеціальних знань, умінь, навичок у сполученні з особистісними якостями, здатністю їхнього ефективного використання в професійній діяльності», визначає рівні, критерії, показники сформованості в студентів-дизайнерів інженерно-технічної компетенції, виявляє організаційно-педагогічні умови ефективності реалізації моделі формування інженерно-технічної компетенції майбутнього дизайнера у вищій освіті.

Вілковою Г.А. [5] була спроектована структурно-функціональна модель формування компетентності в процесі навчання живопису у ВНЗ, виявлені педагогічні умови її успішної реалізації, визначені критерії, показники, рівні сформованості, розроблене науково-методичне забезпечення й супроводження процесу формування розглянутого компонента компетентності.

Гаврилова Л.В. [6], аналізуючи діяльність конструкторів одягу (професія, близька до дизайнерів), називає професійну компетентність конструктора професійно-культурною компетентністю або «дизайн-культурою» і виділяє в ній п'ять компонентів: загальнокультурну, соціальну, комунікативну, когнітивну й спеціальну компетенції. До найцікавішої у зв'язку із цілями нашого дослідження комунікативної компетенції автор

віднесла креативність, інформаційну мобільність, здатність до емпатії. Педагоги при формуванні даного компонента «дизайн-культури» повинні переслідувати наступні цілі: розвиток креативних здібностей, логічного мислення, естетичних норм і гармонізації структурних зв'язків «людина - одяг», культура вербальної й невербальної взаємодії, формування готовності до самооцінювання, саморегуляції й самоактуалізації. Не зовсім зрозуміло, що автор мала на увазі під гармонізацією структурних зв'язків «людина - одяг» - відповідність одягу морфологічним ознакам людини або психологічним? Яким чином можна перевірити, чи досягнута ця педагогічна мета, які критерії відповідності/невідповідності? Ці питання не дуже важливі в професійній діяльності конструкторів одягу, але першорядні при підготовці дизайнерів.

У дослідженні Вострикової Н.О. [7] вказується важливість розвитку математичної готовності майбутніх дизайнерів до вивчення спеціальних дисциплін. Така готовність спростить освоєння актуальних на сьогоднішній день комп'ютерних технологій, засобів міжкультурної комунікації, забезпечить конкурентоспроможність на ринку праці.

Багато авторів відзначають необхідність спадкоємності підготовки фахівців-дизайнерів у системі «школа - коледж - вуз» (Вострикова Н.О., Гаврилова Л.В., Калина Н.Д., Сенашенко В.С., Харківський М.П. та ін.), послідовного взаємозв'язку всіх дисциплін підготовки фахівця (Гаврилова Л.В, Щукіна В.В. та ін.).

Окремі випадки підготовки викладачів - дизайнерів розглядаються Щукіною В.В.(необхідність виділення дизайнерської компетенції у структурі професійної компетентності) [8], Кириченко О.М.(формування творчих умінь у студентів-інженерів-педагогів швейного напрямку) [9].

При всьому різноманітті й незначній чисельності робіт, присвячених компетентності дизайнера одягу, можна констатувати, що дослідження, в яких би розглядався перцептивний компонент професійної компетентності дизайнера дотепер не проводилися.

Виділення зазначеного компонента в теоретичній моделі професійної компетентності стало можливим завдяки роботам О.О. Петрової та Н.О. Коробцевої, які розглядають одяг не як «оболонку для тіла» (традиційний підхід вітчизняних і закордонних дизайнерів), а як «оболонку для сприйняття» (імпресивний підхід до проектування одягу). При цьому розробка нового одягу повинна вестися не просто як розробка образу, породженого дизайнером, а як образу, із заздалегідь прогнозованим враженням; повинна здійснюватися гармонізація одягу із зовнішністю й особистістю клієнта відповідно до завдань побудови певного іміджу [10-12].

Необхідно додати, що розгляд одягу як об'єкта соціально-психологічної взаємодії й впливу людей один на одного, неминуче припускає обов'язкове урахування даних психології сприйняття кольору й форми одягу, взаємозв'язку колірних і силуетних уподобань з індивідуально-психологічними особливостями особистості, семантичних можливостей системи «костюм», механізмів міжособистісного сприйняття й ролі одягу в них.

Постановка завдання. Метою даної публікації є виділення перцептивного компонента в структурі професійної компетентності дизайнера одягу, розкриття його сутності.

Виклад основного матеріалу. У цей час відзначається розмаїтість підходів до визначення професійної компетентності: 1) це властивість (або якість) особистості (Зимня І.О, Адольф В.А., Аксьонов Г.І., Варданян Ю.В., Шакуров Р.Х. та ін.); 2) елемент культури фахівця (Гаврилова Л.В., Бондаревская Е.В, Ісаєв І.Ф. Гершунський Б.С., Пискунів О.І.,

Попова Е.В.); 3) здатність і готовність здійснювати професійну діяльність (Мищенко О.І., Койнова Ю.В.); 4) знання, уміння, а також професійно значимі якості особистості, досвід діяльності (Запрудський М.І., Браже Т.Г., Безрукова В.З. та ін.); 5) рівень освіченості фахівця (Гершунський Б.С., Щекатунова А.Д.).

Ми дотримуємося точки зору класика психології праці Е.Ф. Зеєра, що розглядає компетентність як сукупність професійних знань, умінь, а також способів виконання професійної діяльності [13].

Виходячи зі змісту кваліфікаційної характеристики професії «художник-конструктор (дизайнер)» [14-17], класифікації професійної компетентності за Зеєром Е.Ф., а також на основі аналізу спеціальної літератури з дизайну [18-22] нами була розроблена схема професійної компетентності дизайнера одягу (малюнок 1), на якій показано, що важливим компонентом у структурі професійної компетентності фахівця-дизайнера є перцептивний.

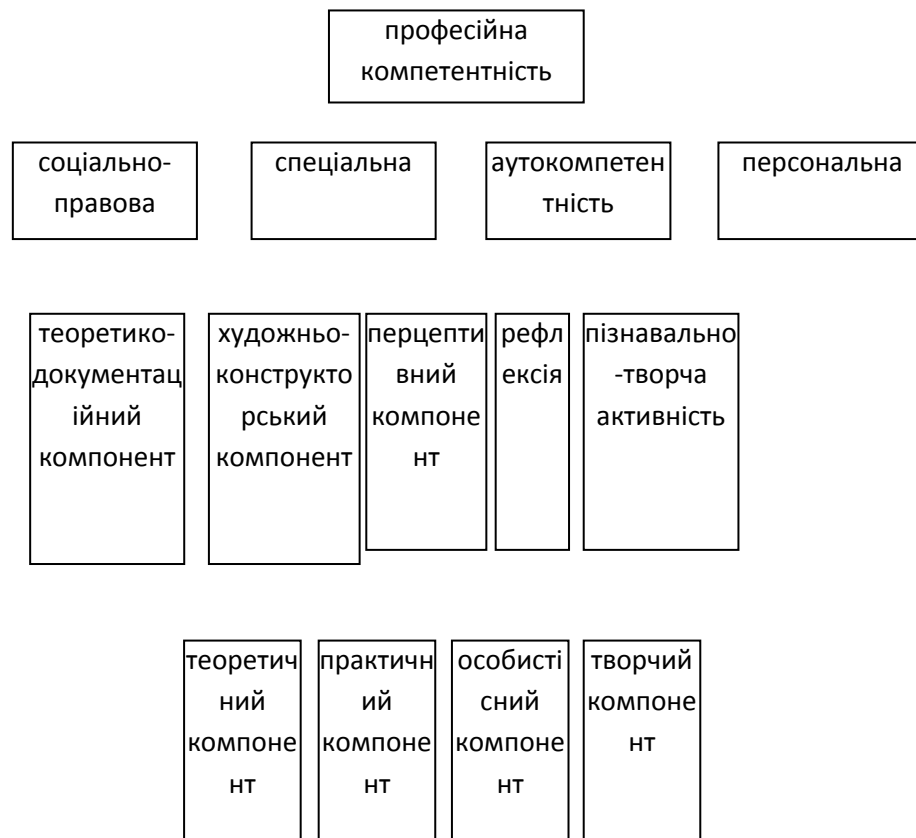


Рис. 1. Структура професійної компетентності дизайнера одягу

Як видно на схемі, виділені такі компоненти спеціальної компетентності дизайнера: теоретико-документаційний, художньо-конструкторський, перцептивний, рефлексія, пізнавально-творча активність.

У теоретико-документаційний компонент ми включили знання теоретичних основ образотворчого мистецтва, правил і послідовності розробки проектів швейних виробів,

системи конструкторської й технологічної документації до них, технічні характеристики обладнання й властивості використовуваних матеріалів, теоретичні основи стандартизації, патентознавства, експертиз, атестацій якості.

Художньо-конструкторський компонент передбачає володіння закономірностями зображення й технологічних прийомів при створенні ескізів моделей одягу, методами художнього конструювання, основами технології виготовлення швейних виробів.

Під перцептивним компонентом ми розуміємо сукупність знань і вмінь, що забезпечують адекватність пізнання іншої людини (групи людей). У випадку проектування одягу для масового виробництва перцептивна компетентність повинна містити в собі знання й уміння по визначенню суспільних потреб, складанню класифікацій споживачів, прогнозуванню реакції груп споживачів на товар. У випадку проектування одягу для конкретного клієнта роль перцептивної компетентності значно зростає. Безпосередній контакт із людиною (замовником) вимагає певних навичок міжособистісного пізнання, оскільки в спроектованому одязі повинні бути враховані не тільки анатомічні особливості клієнта, але і його психологічні особливості, потреби, уподобання. Інакше одяг не буде комфортним, клієнт залишиться не задоволеним, а дизайнер залишиться без клієнта. Основу перцептивної компетентності дизайнера складають соціально-перцептивні здібності, які в міжособистісному сприйнятті проявляються в якості перцептивних умінь.

Ще один з компонентів спеціальної компетентності – рефлексія – представляє собою процес усвідомлення дизайнером того, як він сприймається іншими людьми. Рефлексія також припускає постійну увагу до адекватності своїх дій і вчинків на професійному поприщі, постійний аналіз і осмислення власної діяльності, результатів праці.

Пізнавально-творча активність передбачає постійний пошук нових знань, художньо-конструкторських рішень, вивчення й використання передових прийомів і методів труда, внесення в трудовий процес нових, прогресивних, таких, що раніше не використовувалися, елементів.

У результаті подальшого аналізу змісту професійної діяльності дизайнера одягу можна виділити в перцептивному компоненті наступні складові: теоретичну, практичну, особистісну і творчу.

Теоретичний компонент передбачає: знання особливостей людської психіки, типових схем формування враження про людину, механізмів, факторів, помилок сприйняття, їхнього взаємозв'язку з одягом, технологій самоподачі, закономірностей сприйняття кольору й форми, стильового рішення одягу.

Практичний компонент передбачає наявність умінь розробки колекції моделей одягу з урахуванням потреб і «психологічних портретів» груп споживачів, для конкретної особистості з урахуванням її психологічних особливостей, уміння створювати асоціативні образи.

Особистісний компонент містить у собі наступні елементи: особливості характеру дизайнера, його здібності, темперамент, особливості вольової й емоційної регуляції, специфіку формування цілей й мотивації діяльності.

Творчий компонент характеризується генерацією ідей, оригінальністю, асоціативністю, прогностичністю, без яких не можлива адекватна об'єктивація образу клієнта в одязі.

Таким чином, розроблена схема професійної компетентності дизайнера одягу дозволяє визначити місце перцептивного компоненту у структурі професійної компетентності, представити комплексно всі його компоненти.

Як уже раніше відзначалося, на сьогоднішній день діяльність дизайнера одягу стає все більше необхідною не тільки в умовах масового виробництва одягу, але й у системі, що передбачає безпосередню взаємодію, - «дизайнер-клієнт». Розглянемо цей процес більш докладно. Він може здійснюватися в трьох напрямках: 1) клієнт повністю довіряє дизайнерові й практично не втручається в процес проектування; 2) клієнт здійснює повний контроль діяльності дизайнера, дизайнер впливає на образ, що створюється, не значно; 3) дизайнер і клієнт у творчому дуєті здійснюють проектну діяльність. У кожному із зазначених випадків до розгляду діади «дизайнер – клієнт» застосовується системний підхід, тобто її можна розглядати як систему взаємозалежних елементів, зміна у функціонуванні кожного з яких приводить до зміни всієї системи (рис. 2).

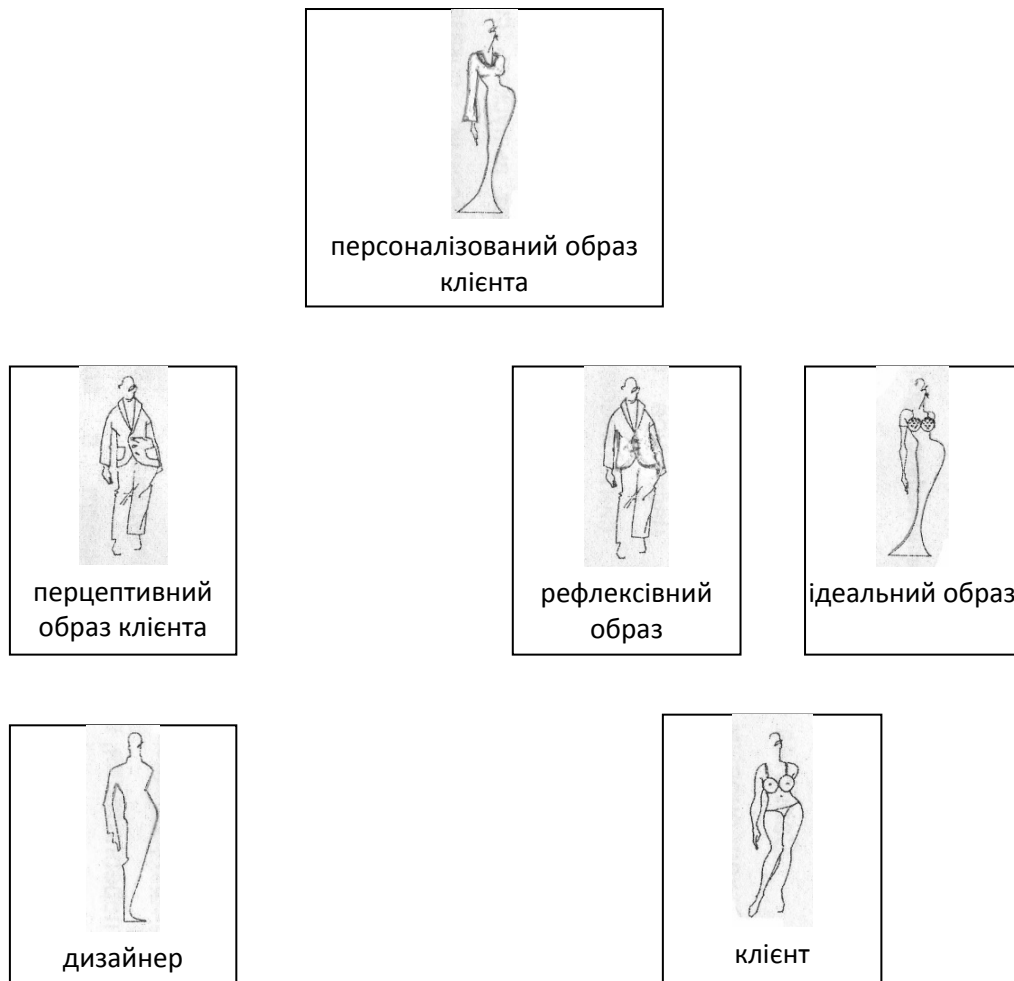


Рис. 2. Система взаємодії дизайнера та клієнта

Головними елементами системи є дизайнер і клієнт. Дизайнер – це особа, що виконує роботу зі створення естетичних і функціональних швейних виробів для споживача (клієнта). Клієнт – це замовник і споживач відповідного продукту професійної діяльності.

При цьому слід зазначити, що клієнт – це не пасивний предмет, на який спрямована діяльність дизайнера, він теж – суб'єкт. Вступаючи у взаємодію (у формі спілкування) з дизайнером, він має свої мотиви, мету й т.д. Об'єктом його комунікативної діяльності є дизайнер, тому адекватний аналіз їхнього спілкування неможливий без визнання за ним статусу суб'єкт-суб'єктної взаємодії.

У результаті міжособистісного сприйняття в дизайнера формується образ клієнта, що складається в процесі активного відображення зовнішнього вигляду, манер поведінки, візуально спостережуваних психологічних особливостей споживача. У свою чергу, в клієнта є свої уявлення щодо самого себе (рефлексія першого порядку), а також про те, як він сприймається іншими людьми (рефлексія другого порядку). Наявність рефлексивного образу дозволяє запобігти сліпому прямуванню за модою, за думкою дизайнера, дозволяє додати процесу взаємодії дизайнера й клієнта найбільш адаптивну форму (напевне саме вона й є вихідним пунктом при визначенні психологічної комфортності одягу). Крім того, у клієнта є й свої уявлення про те, яким він хотів би бути – його ідеальний образ. Такий образ часто буває відірваний від реальності, тому рефлексивний образ і ідеальний, як правило, не збігаються. Можна припустити, що саме ці розбіжності мотивують діяльність дизайнера зі створення нового образу за допомогою одягу й самопрезентацію клієнта.

Остаточним, інтегральним, узагальнюючим образом є персоналізований образ клієнта. Ми дали йому таку назву, щоб підкреслити його спрямованість на максимально можливе урахування не лише особливостей зовнішнього вигляду, але й індивідуальних особливостей, інтересів і можливостей конкретної особистості - персони. Персоналізований образ залежить від усіх складових системи, але на пряму не включає жоден з раніше розглянутих образів, а лише забезпечує їхнє максимальне наближення один до одного. Такий образ обов'язково повинен бути прогностичним, тобто мати заздалегідь прогнозоване враження.

Аналіз спеціальної літератури показує, що різновидом персоналізованого образу є імідж («образ себе для інших» за О.Б.Перелигіною [23]). Крім того, слід зазначити, що в літературі зустрічається тільки поняття «персоналізований образ», що використовується стосовно образів літературних героїв (П.Гуревич, Е.М. Метелинський), образам держав, народів (Д. Тебаєв, А. Мирзахметова), у пластичних мистецтвах (живопису, графіці, скульптурі, архітектурі). Стосовно образів людей у легкій промисловості й психології воно не використовувалось. П.Гуревич називає персоналізованими образи, співвіднесені з конкретною персоною, які відображають її характер, смак, прихильності й родові традиції.

Відносно діяльності дизайнера одягу, узагальнюючи все вищезгадане, можна сформулювати таке визначення: «Персоналізований образ клієнта – це образ клієнта, що створюється у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії дизайнера й споживача і формується в дизайнера на підставі сприйняття зовнішніх даних клієнта, а також з урахуванням його індивідуальних психологічних особливостей, цілей, мотивів і потреб».

Персоналізований образ клієнта об'єктивується дизайнером спочатку у вигляді ескізу, потім у вигляді швейного виробу. Слідом за О.О. Петровою та Н.О. Коробцевою ми вважаємо, що такий матеріалізований образ клієнта повинен створюватися з обов'язковим урахуванням психосеміотичних можливостей одягу. Сучасна наука має у своєму розпорядженні досить велику кількість експериментальних даних щодо взаємозв'язку кольору й форми одягу з індивідуально-психологічними особливостями особистості. Значний внесок у розробку питання внесли М. Люшер, Н.В. Серов, І.М.Дашков, Е.А.Устинович, Б.А. Базима, Л.Н. Собчик, П.В. Яньшин і ін. Окремі аспекти віддання

переваги кольору й форми розглядалися в роботах Е.В. Заїки, О.Г. Карташова, Л.П. Урванцева, О.Ю. Артем'євій, В.В. Плохих, К.О. Гасіліна, А.Г. Устинова, А.М. Еткінда, І.В.Калагової, В.Ф. Петренко, В.В. Кучеренко, О.О. Олексєєва.

Як показує аналіз навчальних програм спеціальних предметів студентів-дизайнерів, а також практика навчання й викладання у ВНЗ, сучасний навчальний процес орієнтований на парадигму масового виробництва, спрямований на людину взагалі, але не на конкретну особистість, знеособлений, тому практичні завдання, що виконують студенти, не повною мірою відповідають типовим професійним задачам, не додержується принцип моделювання професійної діяльності в навчальному процесі.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Перцептивний компонент є невід'ємною частиною професійної компетентності дизайнера одягу. Його розвиток у ВНЗ забезпечить готовність студентів у ситуаціях індивідуального проектування одягу кваліфіковано вирішувати професійні задачі.

Оснovoю перцептивної компетентності дизайнера одягу становлять знання семантики кольору й форми, уміння враховувати їх при проектуванні одягу (теоретичний і практичний компоненти). Методика підготовки дизайнерів повинна передбачати моделювання професійної діяльності з розробки образу конкретної особистості з акцентом на пошукових практичних методах навчання.

Перспективи подальших досліджень пов'язані, на наш погляд, із виділенням критеріїв та розробкою методики оцінки рівня сформованості перцептивної компетентності, обґрунтуванням та реалізацією системи поетапного залучення студентів у різноманітні види діяльності з формування їх перцептивної компетентності. Потребує удосконалення професіограма дизайнера одягу, не виділеними є професійно-важливі якості особистості дизайнера одягу, не вивчена динаміка формування індивідуального стилю діяльності дизайнера. Актуальною є проблема навчання оптимальної візуальної виразності людини при вирішенні професійних завдань.

Список використаних джерел

1. Бундина Ю. М. Формирование профессиональной компетентности студентов-дизайнеров как аксиологическая проблема / Ю. М. Бундина // Вестн. Одес. гос. ун-та. – 2006. – Т. 1, № 6 (июнь). – С. 92–97.
2. Бундина Ю. М. Образовательная среда – условие формирования профессиональной компетентности будущих дизайнеров по костюму / Ю. М. Бундина // Вестн. Одес. гос. ун-та. – 2007. – Т. 1, № 7 (февр.). – С. 74–77.
3. Торшина И. Б. Формирование профессиональной компетентности будущего дизайнера по костюму (На материале художественного проектирования школьной одежды): автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / И. Б. Торшина. – Курск, 2002. – 20 с.
4. Фролова С. В. Формирование инженерно-технической компетенции будущего специалиста дизайнера: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / С. В. Фролова. – Великий Новгород, 2003. – 18 с.
5. Вилкова А.А. Формирование компетентности в процессе обучения живописи у специалиста-дизайнера в вузе: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / А. А. Вилкова. – Ульяновск, 2007. – 26 с.
6. Гаврилова Л.В. Поэтапное формирование профессионального понятия «дизайн-

- культура» у конструкторов одежды в процессе обучения в вузе / Л. В. Гаврилова // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2009. – Т. 11 № 4. – С. 266–271.
7. Вострикова Н.А. О подготовке дизайнеров в структуре высшего образования / Н. А. Вострикова // Материалы международной научно-практической конференции “РУДН - Знанием объединимся. Итоги 50 лет подготовки кадров для развивающихся стран мира” под эгидой ЮНЕСКО 3-6 февраля 2010 г. – М. : РУДН, 2010. – С. 148–155.
 8. Шукина В.В. К проблеме развития дизайнерской компетентности студентов вузов / В. В. Шукина // Вестн. ЧГПУ. – Челябинск, 2004. – С. 52–55
 9. Кириченко О.М. Методика формирования творческих умений у будущих инженеров-педагогов швейного профиля : автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.02 / О. М. Кириченко ;Укр. инж.- пед.. акад. – Х., 2004. – 20 с.
 10. Коробцева Н.А. Формирование индивидуального имиджа и проектирование одежды: актуальные проблемы и направления исследований / Н. А. Коробцова // Имиджелогия-2005: Феноменология, теория, практика: материалы Третьего Междунар. симп. по имиджелогии / под ред. Е.А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2005. – С. 323–325.
 11. Коробцева Н.А. Проектирование одежды: импрессионный поход : монография / Н. А. Коробцова. – М., 2001. – 160 с.
 12. Петрова Е.А. Знаки общения / Е. А. Петрова. – М.: Изд-во ГНОМ и Д, 2001. – 256 с. – (Визуальная психосемиотика)
 13. Зеер Е.Ф. Психология профессий: учеб. пособие для студентов вузов / Е. Ф. Зеер. – 2-е изд., перераб., доп. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. – 336 с.
 14. Справочник квалификационных характеристик профессий. Выпуск 1 "Профессии работников, являющиеся общими для всех видов экономической деятельности", утвержденный приказом Министерства труда Украины от 16.02.98 г. № 24 – 374 с.
 15. Психология популярных профессий / под ред. Л.А. Головей. – СПб.: Речь, 2003. – 256 с.
 16. Сова В. Нормирование труда дизайнеров и других творческих специалистов / В. Сова // Справочник кадровика. – 2007. – №6 (60). – С. 86–88.
 17. Інформаційний матеріал з опису професії «Художник-конструктор (дизайнер)» / розроб. В. О. Радкевич. – К.: Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України, 2004. – 30 с.
 18. Бердник Т.О. Моделирование и художественное оформление одежды :учебник для учащихся профессиональных лицеев, училищ и курсовых комбинатов / Т. О. Бердник. – Ростов н/Д.: Феникс, 2002. – 352с. – (Серия «Учебники XXI века»).
 19. Ермилова В. В. Моделирование и художественное оформление одежды: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования / В. В. Ермилова, Д. Ю. Ермилова. – М. : Мастерство: Академия: Высшая школа, 2001. – 184 с.
 20. Розенсон И. А. Основы теории дизайна: учеб. для вузов / И. А. Розенсон. – СПб.: Питер, 2006. – 219 с.
 21. Козлова Т. В. Моделирование и художественное оформление женской и детской одежды: учеб. для сред. спец. учеб. заведений легкой пром.-сти / Т. В. Козлова, Л. Б. Рытвинская, З. Н. Тимашева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Легпромбытиздат,

1990. – 318 с.
22. Килошенко М. И. Психология моды: учеб. пособие для вузов / М. И. Килошенко. – 2-е изд., испр. – М.: Оникс, 2006. – 320 с.
23. Психология имиджа: учебное пособие / Е. Б. Перельгина. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

Зимогляд Н.С.

До питання про виділення перцептивного компоненту в професійній компетентності дизайнера одягу

У статті розглянуто перцептивний компонент як необхідна складова професійної компетентності дизайнера одягу, схарактеризована система взаємодії дизайнера й клієнта при індивідуальному проектуванні одягу, показаний вплив особистості дизайнера на створення образу клієнта, введено та сформульоване поняття «персоналізований образ клієнта».

Ключові слова: перцептивний компонент, професійна компетентність, професійна діяльність, дизайнер, одяг, образ клієнта, персоналізований образ.

Зимогляд Н.С.

К вопросу о выделении перцептивного компонента в профессиональной компетентности дизайнера одежды

В статье рассмотрен перцептивный компонент как необходимая составляющая профессиональной компетентности дизайнера одежды, охарактеризована система взаимодействия дизайнера и клиента при индивидуальном проектировании одежды, показано влияние личности дизайнера на создание персонализованного образа клиента, введено и сформулировано понятие «персонализированный образ».

Ключевые слова: перцептивный компонент, профессиональная компетентность, профессиональная деятельность, дизайнер, одежда, образ клиента, персонализированный образ.

N. Zimogljad

To a Question of Allocation Perceptive a Component in Professional Competence of the Designer of Clothes

The article deals with a perceptive component as a necessary component of professional competence of the designer of clothes, the system of interaction of the designer and the client is characterised at individual designing of clothes, influence of the personality of the designer on creating personalized image of the client is shown, the concept « personalized image » is entered and formulated.

Key words: perceptive component, professional competence, professional activities, designer, clothes, an image of the client, personalized image.

Стаття надійшла до редакції 04.11.2008р.