

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ, ІСТОРІЇ ТА СОЦІОЛОГІЇ
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ**

**ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СТРУКТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ФЕШН-ДИЗАЙНЕРА**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: здобувачка 2 курсу 07-231М групи спеціальності 053 Психологія освітньо-професійної програми «Психологія» Оксана ЗАКОРА

Керівник: д. психол. н., професор
Ігор ПОПОВИЧ

Рецензент: доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної психології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника Любомира ПЛЕЦЬКА

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ АНАЛІЗУВАННЯ ПРОБЛЕМИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕШН-ДИЗАЙНЕРА | 7 |
| 1.1. Творчість як основний аспект професійної діяльності фешн-дизайнера..... | 9 |
| 1.2. Психологічні і змістові параметри діяльності фешн-дизайнера | 15 |
| 1.3. Основні психологічні прийоми професійного простору дизайнера одягу..... | 21 |
| РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СТРУКТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕШН-ДИЗАЙНЕРА | 27 |
| 2.1. Організація методики дослідження показників професійної діяльності фешн-дизайнера..... | 28 |
| 2.2. Складання професіограми «фешн-дизайнер»..... | 32 |
| 2.3. Програма психологічного супроводу функціонування системи «дизайнер – творчий продукт – споживач»..... | 40 |
| ВИСНОВКИ | 45 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 48 |
| ДОДАТКИ | 55 |
| Додаток А. Кодекс академічної доброчесності здобувача вищої освіти Херсонського державного університету..... | 56 |

ВСТУП

У сучасних умовах соціально-економічних відносин, коли часто на життя людей впливають кризові події, підвищується інтенсивність суспільних відносин, стрімко розвиваються і огортають всі сторони життя інформатизація, технології передачі інформації, все більшого значення набувають професійні відносини, особливо коли професійна діяльність вимагає застосування творчого потенціалу.

В умовах стрімкого накопичення знань, інтенсифікації культурного обміну і розвитку складних технологій будь-яка професійна діяльність не обмежується лише специфічними критеріями. Для успішного вирішення мети певної діяльності необхідний симбіоз технічних, наукових та художніх здібностей, що особливо характерне для професійної діяльності фешн-дизайнера.

Фешн-дизайн – це важливий напрямок професійної діяльності людей у сучасних технологіях індустрії моди, який базується на використанні творчого потенціалу, розумінні філософських, соціальних, психологічних та культурологічних проблем суспільства. При цьому дизайн є одним з найважливіших засобів візуальної комунікації людей, каталізатором формування простору їх життєдіяльності.

Багатогранність і специфіка функціонування дизайнера одягу, поєднання проєктувальницьких компетентностей з творчими здібностями особистості дизайнера, іміджева складова результату праці, висока конкуренція на ринку індустрії моди обумовили необхідність застосування психологічних механізмів у функціонуванні системи «дизайнер – творчий продукт – споживач» для ефективного просування оригінальних дизайнерських розробок і досягнення творчого та економічного успіху. Тому дослідження психологічних засад професійної діяльності фешн-дизайнера є актуальним питанням сучасних технологій індустрії моди та психології праці, як галузі наукового дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Кваліфікаційна робота написана в межах тематичного плану кафедри психології, факультету психології, історії та соціології Херсонського державного університету «Соціально-психологічні виміри становлення та розвитку особистості» (державний реєстраційний номер 0119U101096).

Об'єктом дослідження є професійна діяльність фешн-дизайнера.

Предметом дослідження є психологічна структура професійної діяльності фешн-дизайнера.

Мета роботи: теоретичне обґрунтування та емпіричне дослідження сутнісних аспектів та психологічних особливостей професійної діяльності фешн-дизайнера як суб'єкта праці.

Завдання:

- провести теоретичне аналізування проблеми психологічного забезпечення професійної діяльності фешн-дизайнера;
- визначити значення творчості для професії фешн-дизайнера;
- дослідити психологічні і змістові параметри професійної діяльності фешн-дизайнера;
- визначити перелік психологічних прийомів впливу на власну діяльність дизайнера одягу і на свідомість споживача;
- скласти професіограму, яка відображає мету, зміст і завдання праці дизайнера одягу, а також психограму, що містить індивідуально-психологічну характеристику фешн-дизайнера;
- запропонувати програму психологічного супроводу функціонування системи «дизайнер – творчий продукт – споживач».

Методи дослідження:

Задачі, поставлені у даній роботі, вирішувались за допомогою сучасних теоретичних та емпіричних методів досліджень.

В якості теоретичних досліджень використане аналітичне дослідження наукових публікацій та синтезування аналітичних даних з використанням методів системного аналізування, формальної логіки,

узагальнення та абстрагування.

У якості основного емпіричного методу дослідження використаний метод професіографування, який складається з двох етапів: збір емпіричних даних та інтерпретація отриманих результатів.

Наукова новизна дослідження полягає у проведенні повного аналізування психологічної структури професії фешн-дизайнера. При цьому:

- запропоновано змінити формулу представлення типу професії дизайнера одягу з врахуванням специфіки професійної діяльності в особливих умовах творчості;
- проаналізовано основні структурні елементи творчості фешн-дизайнера, до яких відносяться технічна творчість, творчий потенціал і творче спілкування;
- визначено професійно важливі якості дизайнера одягу з врахуванням ознак процесу праці (мета, задачі, об'єкт і суб'єкт праці, засоби і умови її виконання).

Практичне значення роботи полягає у наступному:

- розроблено комплексну професіограму, яка відображає особливості психологічної структури професійного простору фешн-дизайнера.
- запропоновано програму психологічного супроводу функціонування системи «дизайнер – творчий продукт – споживач», яка сприяє створенню ефективного професійного простору дизайнера одягу.

Отримані у результаті виконання роботи дані можуть бути використані практичними психологами при здійсненні професійного відбору, профорієнтації у кадрових службах підприємств і організацій, а також при проведенні психологічного консультування з проблем професійної діяльності.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження обговорювалися на засіданні кафедри психології ХДУ (2022/2023 н. р.), а

також пройшли апробацію на VI Міжнародній науково-практичній конференції текстильних та фешн технологій KyivTex&Fashion, м. Київ, 20 жовтня 2022 р.

Структура кваліфікаційної роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури і додатків. Список літератури склав 56 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНЕ АНАЛІЗУВАННЯ ПРОБЛЕМИ ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕШН-ДИЗАЙНЕРА

Професійна діяльність особистості завжди пов'язана зі спробами інтенсифікації та покращення ефективності трудового процесу. Ця мета може бути досягнута двома шляхами (Мазяр О. В.) [1, с. 21]:

- шляхом розвитку технологій виробництва, що призводить до ускладнення професійного середовища;
- шляхом вивчення особистості як суб'єкта професійної діяльності, тобто вивчення впливу «людського фактору» на результати трудового процесу, що є безпосереднім поштовхом до розвитку психології праці, як окремої прикладної галузі психологічної науки.

У цьому контексті психологія праці, яка вивчає особливості взаємодії професіонала з професійним середовищем, набуває все більшого значення у напрямку оптимізації трудової діяльності, що має значний економічний і соціально-психологічний потенціал суспільного розвитку.

Трудова діяльність – це діяльність особистості у певній сфері виробництва. Вона забезпечується комплексом спеціальних знань і практичних навичок, які формуються у процесі отримання фахової освіти, що покладено в основу поняття «професія» (Лукашевич М. П.) [2].

Залежно від предмету праці та психологічного змісту професійної діяльності виокремлюють п'ять типів професій (Мазяр О. В.) [1, с.92], які вербально представляють у вигляді наступних формул, що відображають систему взаємовідносин суб'єктів праці всередині професійного простору:

- «людина – жива природа»;
- «людина – техніка та нежива природа»;

- «людина – людина»;
- «людина – знакова система»;
- «людина – художній образ».

Треба зазначити, що з розвитком наукових знань і ускладненням соціально-економічної структури суспільства така дворівнева система професійного середовища вже не відображає у повному обсязі всю сукупність багатосторонніх і різноманітних професійних взаємовідносин, які впливають на результати трудової діяльності людини і, тим більше, на її психофізіологічні аспекти. У сучасних виробничих відносинах все більше затребувані фахівці, які отримали професійні компетентності на стику двох, а можливо і більше, наук, тому характеристики певного професійного середовища розширюються, принаймні, до трьохрівневої системи з обов'язковим врахуванням психологічних закономірностей трудової діяльності, від чого перелік типів професій повинен бути набагато більшим. Показовим у цьому контексті є професійна система діяльності фешн-дизайнера. Враховуючи той факт, що діяльність дизайнера одягу характеризується двома взаємопов'язаними типами відносин – суб'єкт-об'єктними, зумовленими необхідністю різними способами освоювати об'єкт, і суб'єкт-суб'єктними, зумовленими необхідністю взаємодіяти з іншими суб'єктами у процесі сумісної професійної діяльності, – а також характеризується наявністю потужної творчої складової, вона не може бути описана жодною з представлених формул. Для опису професії фешн-дизайнера можна одночасно використати три формули: «людина – техніка та нежива природа», «людина – людина», «людина – художній образ». Отже з метою адекватного опису специфіки діяльності дизайнера одягу пропонується трансформувати поняття «техніка та нежива природа» і «художній образ» у поняття «творчий продукт» та використовувати формулу «людина – творчий продукт – людина», яку для розуміння у фаховому полі зручніше представити, як «дизайнер – творчий продукт – споживач», що відображає

психологічні закономірності працездатності та специфіку професійної діяльності в особливих умовах творчості фешн-дизайнера (рис. 1).

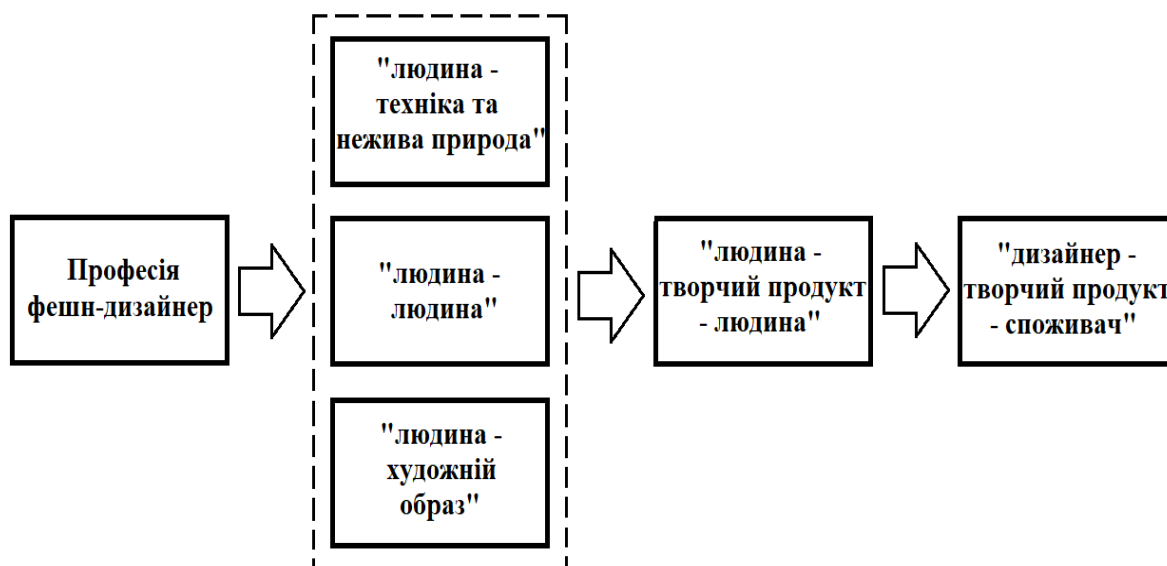


Рис. 1. Трансформація формули, яка описує тип професії «фешн-дизайнер»

1.1. Творчість як основний аспект професійної діяльності фешн-дизайнера

Глибоке дослідження творчого потенціалу у професійній діяльності особистості провів Моляко В. О., який є засновником наукової школи психології творчості. У праці (Моляко В. О.) [3, с. 13] він зазначив, що розвиток творчого потенціалу окремої людини, окремого працівника, а також колективів та виробничих структур, є одним із засобів стимулювання людської діяльності у різних сферах та успішної реалізації людських ресурсів, що у підсумку сприяє подоланню кризових явищ на шляху загального розвитку суспільства.

Зрозуміло, що творчий потенціал, як, наприклад, і підсвідомість, прихований від будь-якого зовнішнього спостереження (Моляко В. О.) [3,

с. 15]. При цьому сам носій творчого потенціалу іноді можливо й зовсім нічого не знає про свої творчі можливості. І лише після здійсненої діяльності, отриманих оригінальних результатів праці можна доказово, а не гіпотетично, говорити про творчий потенціал конкретної людини, який проявляється у нових завершених продуктах праці з певним ступенем досконалості і самодостатності. Ці нові оригінальні та об'єктивно цінні продукти є результатом творчого процесу, який допомагає «пізнати душу іншої людини і, таким чином, вдосконалювати свою, пережити тисячі чужих життів, щоб визначити свій життєвих шлях» (Мигаль В. Д.) [4, с. 20].

Якщо традиційно у теорії творчості вирізняють три види творчості – наукову, технічну, літературно-художню, то, враховуючи думки психологів про те, що у будь-якій діяльності людини є місце для творчості, запропоновано розширити класифікацію творчості. Таким чином, Моляко В. О. вирізняє наукову, технічну, літературну, музичну, образотворчу, ігрову, навчальну, побутову, військову, управлінську, ситуаційну, комунікативну творчість (Моляко В. О.) [5]. Зі всіх різновидів творчості технічна творчість за своєю суттю найбільш притаманна творчості фешн-дизайнера, так як технічна творчість «передбачає створення нових машин, пристроїв, деталей, зміну їх функцій. Її різновидами є винахідництво, конструювання, архітектура, художнє конструювання приладів, раціоналізація технічних процесів». До цього переліку об'єктів технічної творчості доцільно додати «художнє конструювання виробів». Це є суттю професійної діяльності фахівців з дизайну одягу, яка відображена у відповідних нормативних документах, що регламентують якість освіти та професійної підготовки фешн-дизайнерів, наприклад, у стандартах вищої освіти [6,7].

Творчий компонент, як елемент професіоналізму дизайнера, має бути сформованим вже під час навчання (Косюк В. Р.) [8, с. 61]. Тому творчі художні здібності є важливим чинником професійної підготовки

майбутніх дизайнерів, що обумовлюють їх творчий потенціал.

Під творчим потенціалом розуміють обдарованість і здатність до творчої діяльності. У результаті дослідження цих категорій різними психологами сформовано загальну типову структуру творчого потенціалу (Моляко В. О.) [3, с. 15], основні складові якої для працівників фешн-індустрії зберігаються, але після певного аналізу мають деякі уточнення:

1. Задатки, здібності, що виявляються у загальній динамічності психічних процесів.
2. Домінування пізнавальних інтересів.
3. Допитливість, креативність, потяг до створення нового, до творчого пошуку й розв'язання проблем.
4. Швидкість у засвоєнні нової інформації, створенні асоціативних об'єктів і масивів.
5. Нахили до постійних порівнянь, зіставлень, аналогій, прогнозувань, вироблення еталонів для наступних порівнянь і відбору.
6. Прояви загального інтелекту – розуміння, швидкість оцінювання та вибору оптимальних шляхів розв'язання проблем, адекватність дій.
7. Емоційність, вплив почуттів на суб'єктивне оцінювання, вибір, надання переваг.
8. Наполегливість, систематичність у роботі, цілеспрямованість, рішучість, працелюбність, оригінальність рішень.
9. Адекватність сприйняття і відображення інформації.
10. Творча спрямованість на аналізування, інтерпретування, комбінування, реконструювання, трансформування та зміну варіантів об'єктів і дій.
11. Інтуїтивізм – здатність до прояву неусвідомлюваних швидких (іноді миттєвих) оцінок, прогнозів, рішень.
12. Швидке та якісне оволодіння вміннями, навичками, прийомами, технікою праці, майстерністю виконання відповідних дій.

13. Здібності до реалізації власних стратегій і тактик при розв'язанні різних проблем, завдань, пошуку виходу зі складних, нестандартних, екстремальних ситуацій.

Така структура творчого потенціалу фешн-дизайнера є результатом ускладнення фахової діяльності у зв'язку із впровадженням новітньої техніки, зростанням питомої ваги творчих процесів у складних механічних і хімічних технологіях переробки текстильної сировини у виробі побутового і одягового призначення, необхідністю прийняття нестандартних рішень в умовах диктату швидкоплинної моди і зростаючих вимог екологізації довкілля. Крім того, гармонійного поєднання технічного і художнього аспектів спеціального знання вимагає специфіка самого результату діяльності (проекту швейного виробу) та філософія фешн-дизайну (Carolyn Mair) [9]. Тому для адекватного вирішення проектно-конструкторського завдання доводиться добудовувати систему внутрішніх і зовнішніх зв'язків об'єкта дизайну, спираючись на закони композиційного формоутворення, закономірності образного моделювання, пластичної організації матеріалу тощо (Голик Б. Г.) [10, с. 320]. У зв'язку з цим нині особливо важливим видається питання про самоосвіту дизайнерів одягу (Тригуб О. Л.) [11], «синхронне» вивчення технічних, наукових та художніх здібностей, своєрідності їх переплетення та можливості розвитку у нових умовах впровадження синтетичних видів діяльності (Моляко В. О.) [3, с. 259], що є поштовхом та актуалізує напрямок психологічного супроводу міжособистісної діяльності у складнопідпорядкованій системі «дизайнер — творчий продукт — споживач».

При здійсненні ефективної діяльності дизайнера одягу важливою рисою його творчості є здатність до поліваріативності, широкодіапазонності і різноманітності представлення однотипних моделей. Це викликано необхідністю розширення асортименту і властивостей готової текстильної продукції в умовах використання схожої

сировини та її економії (Білецька С. О.) [12]. При цьому необхідно враховувати і узгоджувати між собою багато професійних аспектів діяльності фешн-дизайнера: антропометричні особливості людини, можливості технічних і технологічних засобів, фізико-механічні і споживні властивості сировини, оптимальність комбінації різноманітних текстильних матеріалів, художньо-колористичне рішення моделі, вимоги ергономіки та безпечності матеріалів і, головне, – це відповідність спроектованого дизайнерського образу психотипу людини та психологічне сприйняття його споживачем. Адже якщо загальний спроектований образ не задовольняє своєрідним вимогам, ідеальному уявленню, очікуванням споживача (Попович І. С.) [13] (Khmil V.V.) [14], то діяльність фешн-дизайнера, як учасника процесу соціальної взаємодії, не має успіху. Досягнення найбільшого ступеню відповідності спроектованих фешн-об'єктів утилітарним й естетичним потребам та очікуванням споживачів вимагає наявності широкого діапазону теоретичної підготовки і практичних навичок з різних галузей наукових знань. Тобто цим стверджується, що знання в найширшому розумінні цього слова – це одна з головних структур як психічного взагалі, так і творчого потенціалу фешн-дизайнера, зокрема (Моляко В. О.) [3, с. 268].

Творчий потенціал фахівця індустрії моди у першу чергу заснований на перцептивній діяльності (Костюченко О. В.) [15, с. 117], яка полягає в інформуванні про події та явища навколишнього світу (у тому числі сфері модних технологій), у результаті чого вибудовується суб'єктивне уявлення про світ та відповідним чином реалізуються ці уявлення у дизайнерській діяльності. При цьому більшого значення для діяльності дизайнера набуває апперцепція [16], тобто не просто чуттєве сприйняття предметів, а як результат сприймання від попереднього досвіду фахівця, що визначає зміст психічної діяльності через внутрішні суб'єктивні умови, що склалися у ході попереднього розвитку індивіда у результаті його взаємодії з середовищем. Це свідчить про важливість

таких характеристик творчого сприймання, як повноцінність одержання та інтерпретації сигналів (зовнішніх або внутрішніх), подальшого формування образу світу і побудови своєї діяльності, що суттєво впливає на характер взаємодії людини з довкіллям. Перцепція забезпечує орієнтування у конкретній ситуації, художньо-творчому матеріалі, виділення найважливіших аспектів для розв'язання конкретного завдання дизайну, здійснює таку обробку інформації від органів чуття, яка веде до побудови образу, адекватного як предметові, так і завданням дизайнерської діяльності (Костюченко О. В.) [15, с. 118].

Особливістю діяльності фешн-дизайнера є творче спілкування, тобто діяльність численних суб'єктів індустрії моди, які знаходяться у постійній взаємодії з приводу модного продукту (Костюченко О. В.) [17, с. 117]. Основними складовими реалізації системи об'єктно-суб'єктних відносин професійного простору дизайнера одягу є: процес здійснення виробничої діяльності; продукція індустрії моди; просування на ринок та реалізація готової продукції; формування модного образу продукту у споживача. Для успішного функціонування системи об'єктно-суб'єктних відносин необхідно забезпечити глибоку мотивацію і динамічність творчого спілкування, адже модні продукти знаходяться у постійній зміні і розвитку та мають властивість фізичного і морального застарівання, у результаті чого споживацька цінність фешн-продукту знижується, що гальмує подальший розвиток індустрії моди у сучасних умовах.

Таким чином, основними структурними елементами творчості фешн-дизайнера у складнопідпорядкованій системі «дизайнер – творчий продукт – споживач» є технічна творчість, творчий потенціал і творче спілкування, які обумовлюють психологічні і змістові параметри його діяльності.

1.2. Психологічні і змістові параметри діяльності фешн-дизайнера

Діяльність фешн-дизайнера у більшості її напрямків зводиться до питань вибору: вибір композиційного рішення, кольорового відтінку, напрямку ліній, силуету, форм, що у підсумку формує уявлення або повідомлення, яке потрібно донести до споживача. При цьому дизайнерська діяльність більше має відношення до вивчення психології сприйняття і поведінки клієнта, різних форм психічного відображення цілісного образу світу, ніж до оволодіння екстраординарними творчими здібностями. Стосовно дизайну психологічні принципи і закони сприйняття допомагають створювати інтуїтивно зрозумілі інтерфейси, що радують око людини [18].

Дослідження психологічної структури професійної діяльності дизайнера моди дозволило встановити, що ця спеціальність вимагає різносторонніх психологічних якостей дизайнера.

До основної і необхідної психологічної якості відноситься сенсорика – здібність організму людини розпізнавати зовнішні впливи навколишнього середовища за допомогою органів чуття, як особливий метод пізнання світу. Для дизайнерів одягу важливо мати добре розвинені візуальні (зорові) властивості (розпізнавання кольору, фактури, величини, форми предметів), дотикові властивості (перцепція, сенсорика рухів) (Kayseri G. Ö.) [19] (Смикало К. О.) [20], чуттєво-образне сприйняття (запам'ятовування, образне мислення, просторова уява) (Скрипченко О. В.) [21].

Сенсорика нерозривно пов'язана з естетичним розвитком особистості. Тобто чим більший діапазон різних відтінків, рухів, перетворень людина відчуває, тим більше в неї розвинуте почуття прекрасного, що дуже важливо для творчої діяльності дизайнера. Підвищена чутливість сенсорних органів до зовнішнього впливу

допомагає виділяти найбільш дрібні деталі, на основі яких будуються оригінальні, унікальні творчі образи.

Також існує зв'язок рівня сенсорного розвитку з фантазією, яка є невід'ємною умовою творчості і великим даром митця, реальним капіталом у будь-якій галузі його життєдіяльності. За допомогою фантазії фешн-дизайнер може уявно будувати будь-які образи предметів костюму, перетворюючи їх на ідеальні композиційні об'єкти, які наділяються динамічними рисами при перенесенні на образи людей, що прийнято характеризувати поняттям «творча фантазія».

Однією з найбільш затребуваних груп психологічних якостей, що необхідні у професійній діяльності дизайнера, на думку автора (Казанцева О. О.) [22], є група емоційних якостей. З історії мистецтва відомо, що сильні різномірні емоційні переживання дизайнера (митця) часто є поштовхом для натхненної роботи (Казанцева О. О.) [23] (Максименко С. Д.) [24]. Тому часто дизайнери намагаються створити емоційно-насичені ситуації штучно, для чого використовують такі заходи, як: подорож (потужне джерело нових емоційних переживань); відвідування культурних заходів, виставок різного характеру; спілкування з цікавими людьми, поінформованість щодо подій широкого спектру; участь у гучних акціях, іграх, змаганнях, зустрічах, дійствах з нагоди свят; фізичні навантаження (фітнес, йога, танці), оздоровчі процедури (голодування, масаж і т. д.) та психологічні процедури (самонавіювання, установки, медитація, автотренінг).

Враховуючи вплив фактору емоційності на характер протікання усіх когнітивних процесів, вивчення емоційного аспекту діяльності фешн-дизайнера є необхідним, оскільки дає можливість пояснити специфічність функціонування окремих розумових процесів дизайнера, а також дозволяє сформулювати ряд критеріїв аналізу і корекції відповідних емоційних проявів дизайнера (Казанцева О. О.) [23].

Креативність, як важлива професійна якість особистості фешн-

дизайнера, її внутрішній ресурс, виступає могутнім засобом розвитку та формування професіоналізму, яка підживлюється потребою у новизні, переборенні шаблонного підходу, налаштованістю на важливість виявлення свого творчого потенціалу через «проблематизацію» вирішення завдань (Лубянська С. П.) [25]. Розробка багатьох теоретичних і експериментальних методик дослідження креативності говорить про її виключну значимість для процесу творчості й розвитку особистісних якостей дизайнера (Лехновська О.) [26]. Досліджуючи розвиток креативності фахівців виокремлюють такі критерії: мотивація успіху (мотиваційний компонент), ступінь реактивної тривожності (емоційно-ціннісного компоненту), невербальна та вербальна креативність (когнітивний компонент), уміння кодувати і структурувати інформацію (когнітивний і результативний компонент). Креативність визнається важливою особистісною та професійно значущою якістю митців взагалі та фешн-дизайнерів зокрема. Вона сприяє усвідомленню значущості творчості інших людей; творчому самовизначенню та самовираженню, спрямованості на креативне вирішення поставлених завдань, постійний творчий ріст, тобто сприяє відкритості новому досвіду та збільшенню творчого потенціалу при вирішенні складних технічних, технологічних та художньо-конструкторських завдань фешн-діяльності.

Адекватність, як почуття міри, є особливою характеристикою професійної діяльності дизайнера [27]. Адекватність у фешн-образі свідчить про відповідність окремих елементів костюму один одному, відповідність предметів костюму загальному дизайнерському проєкту та відповідність композиційного рішення костюму загальному образу споживача. Відсутність адекватності призводить до появи «поганого смаку», що спотворює як сам предмет дизайну, так і психологічний портрет замовника. Але іноді трохи «неадекватності» не завадить загальному сприйняттю виробу, тому вдале використання цього механізму може створити особливий почерк творчості фешн-дизайнера та сприяти

його професійному успіху.

Отже основними психологічними параметрами професійної діяльності фешн-дизайнера є сенсорика, емоційність, креативність та адекватність, які складають фундамент його творчості та основу складних взаємовідносин між дизайнером і клієнтом у системі «дизайнер – творчий продукт – споживач», з яких дизайнер повинен вийти переможцем.

Попередній аналіз найбільш значимих психологічних параметрів діяльності фешн-дизайнера дозволив встановити вимоги, які професія дизайнера висуває до людини, як до особистості (Бусленко О.) [28] (Алексеева С. В.) [29]. Так як кожна професія має свою специфіку, яка виражена у наступних ознаках процесу праці – мета, задачі, об'єкт і суб'єкт праці, засоби і умови її виконання, то й набір професійно важливих якостей (ПВЯ) фахівця для різних професій також відрізняється (Лубянська С. П.) [25] (Казанцева О. О.) [22]. Таким чином, психологічний зміст виділених професійно важливих якостей дизайнера одягу, складений з врахуванням особливостей діяльності, представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Психологічна характеристика професії фешн-дизайнера

| Ознаки процесу праці | Професійно важливі якості фахівця |
|-----------------------------|--|
| Мета праці | Креативність (образна, особистісна); оригінальність, естетична і функціональна придатність, адекватність, операціональні якості когнітивних процесів |
| Відношення до об'єкту праці | Професійна компетентність; творчий підхід; здатність до трансформації отриманої інформації; перцепція; професійне мислення (володіння сучасними стратегіями розв'язання проблем), фантазія |

| | |
|------------------------------|---|
| Відношення до суб'єкту праці | Комунікативність (візуальне і вербальне спілкування); соціальна перцепція (сприймання та розуміння іншої людини); емпатійність, регулятивність, уважність, спостережливість, толерантність, відповідальність; здатність працювати у команді; організаційні уміння в межах функціональних обов'язків |
| Засоби праці | Вербальні, сенсомоторні, інтелектуальні уміння та навички; майстерність, старанність, імпровізація; чуттєво-образна сфера (сприймання, запам'ятовування, образне мислення, абстрактне мислення, просторова уява), інтуїтивність, дар передбачення, мистецтво переконувати |
| Умови праці | Функціональний підхід, цілеспрямованість, витривалість, емоційність, емоційна стійкість, поліваріативність, відповідальність, ситуативний підхід до дій у конкретних ситуаціях, відкритість до сприйняття нового |

Змістові параметри діяльності фешн-дизайнера обумовлені набутими фаховими компетентностями у процесі навчальної підготовки (Фурса О.) [30] (Тригуб О. Л.) [11] (Дяченко А. В.) [31] (Холявка А. Б.) [32] та здійсненням професійної діяльності за фахом у певних умовах її провадження (Мельник М.) [33] (Якимечко Л.) [34]. Аналіз наукової і фахової літератури з технологій фешн-дизайну (Чупріна Н. В.) [35] (Гусєва О. Ю.) [36] (Лубянська С. П.) [25], а також досвіду практичної роботи і творчих досягнень спеціалістів галузі індустрії моди (Бусленко О.) [28] дозволив виділити і сформулювати наступні домінуючі змістові характеристики професії дизайнера одягу, основні з яких розкриті у відповідних стандартах вищої освіти [6, 7]:

1. Демонструвати знання принципів використання

формалізованих методів проектування просторових структур одиничних, комплексних, багатофункціональних дизайн-об'єктів.

2. Самостійно вирішувати питання та проводити дослідження проблем креативності як виду та методу дизайн-діяльності.

3. Використовувати принципи різноманітності, багатоваріативності та мультикультурності.

4. Володіти навичками, методами та знаннями критеріїв основних евристичних методів дизайн-діяльності.

5. Вміти організовувати пошук інформації для здійснення проектних робіт.

6. Вміти донести, передати основний задум за допомогою графічного зображення, макетування, моделювання.

7. Володіти навичками аналізу, стилізації, інтерпретації та науково-методологічної трансформації евристики у залежності від поставленого проектно-дослідного завдання.

8. Вміти застосовувати методику науково-проектного аналізу у дизайнерській діяльності.

9. Вдало застосовувати особистісні якості: розвинене просторово-образне мислення; гарний зір і окомір; почуття гармонії і смаку; здатність сприймати і розрізняти широкий спектр кольорів та їх відтінків.

10. Відображати морфологічні, стильові та кольоро-фактурні властивості об'єктів дизайну.

11. Формулювати висновки передпроектного та проектного дослідження, проведеного у рамках дизайн-діяльності.

12. Оцінювати значимості результатів праці для кожного споживача окремо і для суспільства у цілому.

13. Підтримувати баланс між креативною, технічною і бізнес-складовою процесу фешн-проекування.

14. Керувати натхненням, розуміти, як використовувати свій

талант і творчі здібності.

15. Здійснювати фешн-промоушн результатів власної діяльності.

Проведене дослідження не вичерпує усіх аспектів проблеми розвитку професійно важливих якостей особистості фахівців у галузі фешн-дизайну. Суттєве корегування може накласти врахування деякої специфіки здійснення професійної діяльності: культурологічні аспекти, регіон проведення діяльності тощо.

1.3. Основні психологічні прийоми професійного простору дизайнера одягу

Дизайн одягу розвивається синхронно із загальносвітовими тенденціями, адже одяг слугує культурним маркером і виконує комунікативну функцію. Відповідно до дослідження (Burns С.) [37] у першому десятиріччі ХХІ сторіччя у дизайні відбулися дві великих зміни: зміни у тому, де застосовуються інженерні навички і зміни у тому, хто займається дизайном. Враховуючи перманентну потребу людей самовиражатися, дизайном одягу сьогодні займається чимала кількість людей і особливого значення у такій дизайн-творчості набуває психологічний аспект. Тому дизайнерам при організації власного професійного простору варто приділити увагу особливостям психології користувача з метою ефективного вирішення поставлених задач дизайн-проекування (Смикало К. О.) [38].

Серед вимог (очікувань) користувача до розробленого дизайну одягу особливо важливим є його емоційне задоволення від дизайн-продукту, яке досягається шляхом гармонізації психологічної самоперцепції користувача (носія одягу) і перцепції оточуючим соціумом. Як відомо, самосприйняття та сприйняття людини оточуючими відрізняються між собою, що викликано когнітивними асоціаціями у психіці людей (Theodore Н. Мita) [39] та змістовими параметрами

соціальних очікувань суб'єктів (Porovuch I. S.) [40]. Тому при розробці дизайну одягу за замовленням необхідно чітко визначити очікування замовника та запропонувати йому найбільш ефективні рішення.

Розробка одягу пов'язана із визначенням обмежень [41], які у більшості випадків зумовлені антропометричними характеристиками користувача. Також для споживачів притаманні власні вподобання, які обмежують використання певних фасонів або стилів, кольорів, форм, конструктивних ліній, матеріалів тощо. Комунікація між дизайнером і замовником представляє собою творче спілкування і є особливим випадком формулювання технічного завдання, так як необхідно проаналізувати вимоги, які досить часто окреслені нечітко, з порушенням загальноприйнятої термінології, з мінімальним представленням власних очікувань. Тому для ефективною творчої комунікації доцільно використовувати ілюстрації, технічні ескізи або макети.

Пропонуючи той чи інший дизайн одягу, необхідно ретельно проаналізувати психофізіологічні характеристики людини і визначити: який одяг викликає задоволення від носіння, який спосіб одягання є комфортним, які фізико-механічні властивості матеріалу є оптимальними, які конструктивні лінії краще використати для отримання бажаного силуету, визначити найбільш зручний вид і спосіб застібки, визначити ступінь прилягання виробу та врахувати особливості рухів і поз. На основі отриманої інформації запропонувати спочатку існуючі моделі одягу, що слугуватимуть відправною точкою для подальших пошуків. На етапі обговорення необхідно ідентифікувати і зазначити можливі ризики, зумовлені розбіжністю між очікуваннями і вимогами, та запропонувати альтернативні рішення (Смикало К. О.) [38].

При сприйнятті модного бренду споживачами відбуваються три взаємопов'язані процеси: обробка інформації про його атрибути і властивості, їх емоційна оцінка і формування поведінкової реакції. Враховуючи той факт, що на ці процеси впливають когнітивні

характеристики споживачів, які накладають певні обмеження на систему комунікації між дизайнером і замовником, необхідно детально аналізувати психологічні аспекти при розробці дизайн-концепції у технологіях виготовлення одягу.

Для створення успішної дизайн-концепції майбутнього продукту дизайнеру необхідно використовувати різні психологічні прийоми впливу на власну діяльність і на свідомість споживача, що допомагає зрозуміти і передбачити його очікування та викликати бажання придбати продукт. З цією метою використовуються загальні принципи психології дизайну, які успішно адаптовані до здійснення дизайн-проектування у технологіях індустрії моди [42, 43]:

1. Ментальне моделювання – використовується для розуміння того, як будуть поводитись споживачі при спостереженні нового продукту, наскільки інтуїтивно зрозумілим він для них буде. Тобто ментальне моделювання – це процес з'ясування, як саме людина пізнає світ і створює його моделі шляхом досвіду. Потім відбувається уявне копіювання цих моделей при створенні віртуального образу дизайн-об'єкту, зокрема моделі костюму. З цього можна передбачити інтуїтивні дії споживача. Ментальне моделювання використовується для уточнення дизайн-проекту, ефективного прийняття рішень на базі тільки розумових засобів і здібностей: аналіз, професійні вміння і досвід роботи [44].

2. Гештальт-принципи – це дослідження зорового сприйняття об'єктів дизайну відносно один одного або у різних умовах. Використовуються, коли треба створити зображення, які легко запам'ятовуються [45].

2.1. Принцип схожості – елементи з подібними візуальними характеристиками здаються більш зв'язаними, ніж ті, що виглядають по-різному.

2.2. Принцип безперервності – зорове сприйняття природним чином рухається від одного об'єкту до іншого, у результаті елементи, що

розташовані поруч, здаються продовженням один одного.

2.3. Принцип замикання – будь-яка форма сприймається суцільною, навіть якщо не всі лінії замкнуті.

2.4. Принцип близькості – об'єкти, що розташовані поруч, сприймаються як єдина логічно зв'язана група, ніж ті, що розташовані далі, тому частіше людина сприймає окремі елементи групою.

2.5. Принцип фігури і фону – коли око бачить об'єкт як об'єкт, воно відокремлює його від навколишнього простору (фону).

2.6. Принцип незмінності – людина спроможна розпізнати прості об'єкти у будь-якому положенні у просторі у будь-якому розмірі, стилі і перспективі, незалежно від того, що вони по-різному виглядають.

2.7. Принцип симетрії – симетричні елементи зазвичай сприймаються, як взаємопов'язані, і створюють відчуття цілісності, комфорту і порядку, навіть якщо вони знаходяться на відстані. Симетричні композиції викликають відчуття задоволення, але іноді здаються досить нудними і статичними, тому симетрія у поєднанні з елементами асиметрії дуже важлива у дизайні одягу.

3. Ефект ізоляції – привертання уваги споживача до об'єкту дизайну шляхом його виділення з ряду однорідних. Іноді при дизайн-проектванні необхідно сконцентрувати увагу в одній точці (композиційна пляма). Для цього використовують інший колір (найчастіше), розмір, форму, фактуру та ін.

4. Вісцеральні реакції – викликання позитивних естетичних почуттів, які представляють собою психологічні механізми, що виходять з глибин підсвідомості. У кожного є свій улюблений візуальний об'єкт, від якого не можна відірвати погляду, то ж не складно передбачити, що виглядає приємно для знайомої аудиторії з її вимогами.

5. Психологія кольору – заснована на асоціації кольору з почуттями і настроями людини (наприклад, блакитний – безпека, спокій, червоний – любов, пристрасть, агресія, зелений – колір природи,

асоціюється зі спокоєм і оновленням і т. д.). Колір має одне з найбільших значень зі всіх засобів впливу дизайнера на свідомість, поведінку і реакцію людини, тому до вибору кольору треба підходити свідомо і з наукової точки зору. Для цього у дизайн-проектах використовуються основні закони колористики (Прокопович Т. А.) [46] (Кулешова С. Г.) [47]. Саме колір і його гармонійні комбінації мають першочергову силу психолого-емоційного впливу на споживача, стимулюють той чи інший напрямок художнього оформлення текстильних матеріалів, яскраво відображують моду у художньому оформленні одягу, формують естетичне сприйняття і психічне задоволення від одягу, сприяють акцентуванню і вигідній візуалізації моделі, що дозволяє запропонувати споживачу конкурентоспроможну продукцію.

6. Психологія форми – заснована на асоціації форм з певними емоціями і властивостями (наприклад, коло, овал, еліпс асоціюються з позитивними емоціями, дружбаю, жіночністю, прямокутник і трикутник – стабільність, сила, мужність). У процесі формоутворення об'єкту дизайну створюються функціональні, конструктивні, просторово-пластичні, технологічні структури одягу, які мають психофізіологічне значення при сприйнятті споживачами (Ніколаєва Т. В.) [48] (Кисельова К. О.) [49].

7. Просторове сприйняття інформації – те, що знаходиться ближче (на передньому плані) сприймається швидше ніж те, що знаходиться на задньому плані.

8. Гармонійне співвідношення об'єктів та елементів дизайну. Яскравим прикладом цього принципу є використання правила «золотого перетину». Вироби, виготовлені у відповідності до пропорції «золотого перетину», викликають враження краси, узгодженості, розмірності та гармонійності (Колосніченко М. В.) [50].

9. Теорія подвійного кодування – сполучення візуальних і вербальних сигналів допомагає краще запам'ятовувати інформацію.

Основна суть цього принципу відображена у словах давньокитайського філософа Конфуція: «Скажеш мені – і я забуду, покажеш мені – і я запам'ятаю, даси мені зробити – і я зрозумію».

10. Аналіз ефективності витрат – попередній розрахунок вигоди від дій, які планується здійснити, тобто оцінка техніко-економічної доцільності витрат на ці дії.

Вдале використання наведених основних принципів психології дизайну разом із комбінуванням творчих здібностей, професійних компетентностей і методів психології праці забезпечує встановлення гармонії між суб'єктом праці і професійною діяльністю. У результаті формується методологічна і психофізіологічна структура умінь та навиків, цінностей та мотивів трудової діяльності, взаємозв'язок індивідуальних властивостей, виробничих відносин, психічних станів та чинників, які визначають стійкість і динаміку цієї структури, що забезпечує вирішення професійних завдань фешн-діяльності в оптимальних або екстремальних умовах розвитку. При цьому суттєве значення мають особливості динаміки професійно значимих якостей особистості та шляхи і засоби активації психічних функцій у процесі праці. Це є запорукою ефективного функціонування професійного простору фешн-дизайнера, що забезпечує його конкурентоздатність і відповідність результатів діяльності високим стандартам сучасних технологій фешн-індустрії.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СТРУКТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕШН-ДИЗАЙНЕРА

Ефективне здійснення професійної діяльності фахівця індустрії моди, досягнення взаємовідповідності людини і професії фешн-дизайнера (Блінов О. А.) [51], оптимізація процесу навчальної підготовки майбутніх дизайнерів одягу (Голик Б. Г.) [10] відбувається в умовах розуміння того, які психологічні процеси повинні активізуватись при здійсненні даної професійної діяльності. З цією метою доцільно складати грамотний опис різних видів професійної праці, визначати загальні характеристики, що застосовуються для повного розгляду професій і особливостей їх психологічної структури. Для цього окрім використання готових описів професій (професіограм) необхідно додатково виділяти і описувати специфічні ознаки професії, які характерні для конкретних умов і нюансів діяльності фахівця і які не представлені у існуючих професіограмах для загального користування. У деяких випадках доцільно розглядати професії спільно із суб'єктами праці – споживачами результатів труда.

Вивчення трудової діяльності починається з її повного опису, що є першим і найважливішим етапом будь-якого дослідження у психології праці. Воно ґрунтується на всебічному вивченні і певній систематизації змістовних і структурних характеристик професії із застосуванням методів психологічного професіографування.

Психологічне професіографування – це напрям психології праці, в якому розробляються теоретико-методологічні підходи, принципи і технології, методи вивчення конкретних професій, а також проводяться дослідження з їх класифікації (Пряжніков Н. С.) [52].

Професіографія – це повний опис конкретної професії, який відображає мету, зміст і завдання даного виду праці, умови й організацію виконання окремих етапів і всієї роботи в цілому, особливості

взаємовідносин суб'єкта праці з компонентами діяльності (змістом, засобами, умовами, організацією) та її функціонального забезпечення, а також індивідуальну психофізіологічну характеристику працюючого (Щербакова І. М.) [53].

Головною частиною професіограми і важливим поняттям у психології праці є психограма, що включає повний опис вимог професії до психіки та здібностей, психологічні характеристики та професійно важливі особистісні якості спеціаліста, необхідні для успішного засвоєння конкретної трудової діяльності та її ефективного виконання. Дані якості називаються професійно важливими якостями (ПВЯ).

Професійно важливі якості — це відносно стійкі, мало схильні до розвитку і тренування індивідуально-особистісні властивості, які істотно позначаються на успішній професійній діяльності, а також впливають на засвоєння професійних знань, умінь та навичок. Вони можуть виступати не тільки як психічні, але й позапсихічні властивості суб'єкта (конституціональні, соматичні, нейродинамічні і т. п.) та є вузловим моментом формування психологічної системи діяльності. Під професійними здібностями розуміють достатньо стійкі властивості особистості, які змінюються у процесі діяльності і забезпечують її успішність та вдосконалення (Крушельницька Я. В.) [54].

2.1. Організація методики дослідження показників професійної діяльності фешн-дизайнера

З метою забезпечення адекватного відображення особливостей психологічної структури взаємовідносин суб'єкта праці з компонентами діяльності деякі психологи при складанні професіограм пропонують дотримуватись наступних принципів:

1. Поетапність вивчення професійної діяльності.
2. Цілеспрямованість вивчення професії, виходячи з мети,

завдань і специфічних умов професійної діяльності.

3. Специфічність – конкретність опису професійної діяльності.
4. Особистісний підхід (врахування можливих варіацій індивідуального стилю діяльності та можливості компенсації одних індивідуально-особистісних властивостей іншими).
5. Структурованість дослідження (вивчення професії з позицій різних рівнів: поелементна будова, нормативні ознаки, властивості, функціональність тощо).
6. Багаторівневість (дослідження необхідно здійснювати з точки зору горизонтальних – суб'єктно-об'єктних і вертикальних – суб'єктно-суб'єктних і об'єктно-об'єктних взаємозв'язків).
7. Селективність – спрямованість дослідження на ті особливості трудового процесу, де найбільш яскраво проявляється специфіка суб'єктно-об'єктних взаємовідносин даної професійної діяльності.
8. Перспективність – врахування тенденцій розвитку професії у культурно-історичному контексті.
9. Етичність – дотримання рівної поваги до представників різних професій, не допускаючи знецінення одних видів праці заради реклами інших.

При побудові професіограми необхідно дотримуватись наступних вимог:

1. Чітке виділення предмета і основних результатів праці.
2. Цілісний опис професійної діяльності, а не окремих її сторін.
3. Підкреслення гуманістичного людиноцентризму (спрямованість кожної праці у кінцевому рахунку на благо конкретної людини).
4. Демонстрація можливих ліній розвитку людини засобами даної професії, динаміки психічних новоутворень у ході праці, з яких людина може обрати напрямки росту з урахуванням своєї індивідуальності.

5. Показ можливих перспектив зміни у самій професії (яким може бути фахівець завтрашнього дня).

6. Спрямованість на вирішення практичних завдань (професійне навчання, професійний відбір, раціоналізація і оптимізація нових видів праці та ін.

7. Виділення і опис різних некомпенсованих професійних психологічних якостей людини, які хоч і відсутні у неї, але можуть бути компенсовані.

Сучасні дослідники при проведенні професіографування використовують наступні методологічні принципи розробки професіограм:

– системність (у професіограмі повинні відображатися специфіка і значимість конкретної посади в структурі професійної організації, а також можливий професійний ріст працівника);

– цілісність (оцінка та аналіз професійно важливих якостей діяльності повинні бути проведені у психофізіологічному, психічному, інформаційному та ментальному аспектах особистості);

– практичність (результати тестових досліджень повинні подаватися в термінах, що застосовуються в практичному напрямку прикладної психофізіології);

– науковість і сучасність (методологія досліджень повинна бути розроблена з урахуванням новітніх наукових концепцій, методів і знань);

– ефективність (в результаті має бути запропоновано практичне вирішення проблем функціонування організації в умовах конкурентної ринкової боротьби).

Аналізування наведених вище принципів і вимог проведення професіографічного дослідження професійної діяльності дозволило визначитись з вибором методів професіографування. Професіографічна характеристика особливостей професії фешн-дизайнера здійснювалась з використанням наступних методів:

1. Методи збору емпіричних даних:

- вивчення професійної документації (наукові періодичні видання, монографії, посадові інструкції, звіти, акти, нормативні документи, матеріали конференцій, виставок, симпозіумів та ін.);
- спостереження за роботою фахівців (реєстрація процесів та результатів трудової діяльності);
- опитування фахівців (вивчення особистості працівників, індивідуального стилю діяльності, функціонального стану суб'єкта праці, виявлення професійно важливих якостей);
- вивчення продуктів (результатів) праці, аналіз помилок;
- біографічний метод (дослідження професійного шляху професіонала на підставі опитування і вивчення документації);
- застосування класифікаційних схем на основі головних ознак процесу праці (предмет, мета, засоби, умови).

2. Інтерпретаційні методи, які дозволяють провести аналіз отриманих результатів і виявити певні закономірності трудового процесу:

системно-структурний аналіз (психологічний аналіз технологічної структури праці);

функціонально-структурний аналіз (психологічний аналіз функціональної структури праці), який виявляє мотиваційні, когнітивні, операційні, емоційно-вольові процеси, що актуалізуються у людини в процесі формування і виконання трудової діяльності).

З метою складання психограми аналізування психологічної структури діяльності суб'єкта праці починається з вивчення професійної діяльності на основі аналізу існуючої нормативної документації на «бюрократичному» (управлінські документи) і «технологічному» (нормувальні карти, схеми, креслення тощо) рівнях, а потім переводиться на мову психології, що дозволяє психологу на основі психологічних характеристик дій виділити саме професійно важливі якості (Пряжніков Н. С.) [52].

При складанні психограми виконуються наступні дії:

1. Встановлюється перелік завдань, які поставлені перед фахівцем. Завдання витікають з мети праці.
2. Будується функціональна модель дій фахівця для виконання кожного завдання. Встановлюється співвідношення найбільш важливих дій і психічних функцій, здібностей і умінь, що забезпечують їх виконання.
3. Висувається гіпотеза про наявність професійно важливих якостей на основі дослідження професійної поведінки фахівця, виявлення професійних здібностей особистостей, які досягли значних успіхів у даній сфері діяльності, психологічної інтерпретації професійних завдань.
4. Встановлюється необхідний рівень розвитку професійно важливих якостей фахівця за трибальною системою (1 – низький рівень, 2 – середній рівень, 3 – високий рівень) і здійснюється їх вимір.

Проведений системний психологічний аналіз діяльності фешн-дизайнера дозволив скласти комплексну професіограму, яка представляє собою систематизований і всебічний опис об'єктивних характеристик професії і сукупності її вимог до індивідуально-психологічних особливостей фахівця, а також психограму, яка представляє собою набір професійно важливих якостей фешн-дизайнера.

2.2. Складання професіограми «фешн-дизайнер»

Фешн-дизайн – це новий напрямок у дизайні, який поширюється на всі сфери діяльності, що породжує мода. Області застосування фешн-дизайну достатньо різноманітні і включають дизайн одягу, рекламу костюма, журнали мод, обкладинки журналів, фешн-ілюстрації, фешн-альбоми, рекламу модних брендів, оформлення модних бутиків та ін. Але основну й найбільшу нішу у фешн-дизайні займає дизайн одягу, отже часто між поняттями «фешн-дизайн» і «дизайн одягу» ставлять знак

рівності. Таким чином, стає зрозумілим, що фешн-дизайн потребує у першу чергу професійних знань і навичок з дизайну одягу.

Дизайн одягу – це один з напрямків творчої діяльності, метою якої є проєктування модного, комфортного, функціонального, естетично цілісного одягу, як одного з елементів предметного середовища, який відповідає відповідним матеріальним та духовним вимогам споживача. Дизайнер одягу є одночасно і художником, і проєктувальником, і винахідником, і естетом, який задумує, втілює та пристосовує різноманітні моделі та деталі одягу, аксесуари до нашого повсякденного життя, використовуючи у своїй діяльності сучасні фешн-технології.

Професіограма діяльності фешн-дизайнера представлена у табл. 2.

Таблиця 2

Професіограма «фешн-дизайнер»

| Структурні елементи професіограми | Характеристика елементів професіограми |
|-----------------------------------|---|
| 1 | 2 |
| 1. Історія професії | Дизайн одягу виник у сфері промисловості у зв'язку з розвитком масового виробництва товарів широкого вжитку у ХІХ – ХХ ст. як суто творча діяльність, у процесі якої долається розрив між красою і користю, стирається межа між мистецтвом і технікою. Дизайн є проєктною діяльністю і пов'язаний з культурою нового типу – проєктною культурою, що об'єднує науково-технічну і гуманітарну складові. |
| 2. Тип професії | «Людина – творчий продукт – людина» («дизайнер — творчий продукт – споживач») |

| 1 | 2 |
|------------------------------|---|
| 3. Клас професії | Творчість, дослідництво |
| 4. Професійна область | Технології виготовлення і дизайну одягу |
| 5. Базова освіта | Диплом бакалавра або магістра |
| 6. Умови праці | <p>Найчастіше професійні дії відбуваються у приміщеннях: майстернях, виробничих цехах. Робота відбувається сидячи і у русі з використанням технологічного обладнання, комп'ютерної техніки, сканерів, принтерів, спеціальних інструментів (папери, планшети, образотворчі засоби тощо). Робота передбачає відвідування і участь у виставках, творчих зустрічах, конференціях, показах мод, що буває пов'язано з відрядженнями.</p> <p>Дизайнер одягу аналізує інформацію і приймає рішення з розв'язування складних задач і проблем проєктування і виробництва, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.</p> |
| 7. Домінуючі види діяльності | <ol style="list-style-type: none"> 1. Розробка концепції, ідеї та дизайну майбутнього виробу одягу із врахуванням модних тенденцій. 2. Вивчення вимог замовників до дизайну виробів, що проєктуються, і технічних можливостей їх виготовлення. 3. Пошук художнього образу моделі і нових технологій створення одягу. |

| 1 | 2 |
|---|--|
| | <p>4. Виконання начерків та ескізів, креслень моделі, комунікація із замовником.</p> <p>5. Розробка художньо-конструкторських проєктів виробів одягового призначення.</p> <p>6. Моделювання і конструювання деталей одягу.</p> <p>7. Підбір матеріалів для виготовлення виробів.</p> <p>8. Контроль за реалізацією задуму на етапах проєктування, виготовлення, випробування та презентації готового виробу замовнику.</p> <p>9. Розробка технічної документації на проєктовані вироби (ескізні і робочі креслення, демонстраційні рисунки, схеми, робочі проєкти, моделі).</p> <p>10. Робота, пов'язана з упаковкою і рекламою виробів, обґрунтуванням економічної доцільності нового дизайну.</p> <p>11. Вивчення споживчого ринку та потреб клієнтів.</p> <p>12. Оцінка естетичної та ергономічної значимості виготовлених виробів для кожного споживача окремо і для суспільства у цілому.</p> <p>13. Надання консультативної допомоги підприємствам, організаціям і приватним особам.</p> |

| 1 | 2 |
|---|--|
| <p>8. Якості, що забезпечують успішність виконання професійної діяльності</p> | <p>Особистісна сфера: інтелект, творчі здібності, стійка професійна мотивація, самоактуалізація, потреба у нових знаннях, креативність, емоційність, адекватність, оригінальність, інтуїтивність, незалежність, почуття гармонії, стилю і смаку.</p> <p>Когнітивна сфера: перцепція, оптимальність зорового і дотикового сприймання, уявлення візуальних форм, впізнавання якісних ознак матеріалів, запам'ятовування, просторово-образна уява, уявне обертання тривимірних об'єктів, когнітивні антиципації, візуальне і концептуальне мислення.</p> <p>Психомоторна сфера: розвиток сенсомоторики рук, сенсомоторна координація, висока диференціальна дотикова чутливість, моторна витривалість, статичні і динамічні навантаження, виразне мовлення з середнім за швидкістю темпоритмом.</p> |
| <p>Якості, що перешкоджають ефективності професійної діяльності</p> | <p>Відсутність смаку; ригідність мислення; недостатньо розвинене просторово-образне мислення; відсутність уяви.</p> |
| <p>10. Області застосування професійних знань</p> | <p>1. Промислові підприємства і організації індустрії моди: художньо-конструкторські підрозділи на промислових підприємствах і фірмах галузі легкої промисловості, дома мод, фешн-ательє,</p> |

| 1 | 2 |
|------------------------|---|
| | <p>модні бренди і бутики.</p> <p>2. Сфера культури і побуту: індивідуальний дизайн одягу, театри, палаци культури, кіноіндустрія, телебачення.</p> <p>3. Освітні установи: коледжі, технікуми, заклади вищої освіти.</p> <p>4. Науково-дослідні і проєктні інститути.</p> |
| 11. Переваги професії | <p>1. Творча та цікава робота.</p> <p>2. Велика кількість варіантів спеціалізацій та областей застосування.</p> <p>3. Самостійність у прийнятті рішень, різноманітність діяльності.</p> <p>4. Можливість працювати як на підприємстві, так і вдома, на фрілансі.</p> <p>5. Солідні гонорари і зарплата.</p> <p>6. Багато спілкування та знайомств із різними людьми.</p> <p>7. Можливість створення власного бренду.</p> <p>8. Можливість подорожувати країною та світом.</p> |
| 12. Обмеження професії | <p>1. Високий рівень конкуренції.</p> <p>2. Самостійні пошуки клієнтів.</p> <p>3. Можливі творчі кризи та ідейні виснаження.</p> <p>4. Доволі складна і кропітка робота, потрібно постійно навчатися, творчо розвиватись, бути у курсі модних тенденцій, сучасних технологій і новітніх матеріалів.</p> |

Продовження табл. 2

| 1 | 2 |
|---|---|
| 13. Споріднені професії, що можуть підійти людині з даним типом особистості (творчій і дослідницький) | Декоратор, дизайнер (інші сфери діяльності), модельєр, технолог або конструктор швейних виробів, конфекціонер, стиліст, ілюстратор, десинатор, колорист. |
| 14. Навчальні заклади, що навчають даної професії | Київський національний університет технологій та дизайну, Хмельницький національний університет, Херсонський національний технічний університет, Луцький національний технічний університет, Львівський торговельно-економічний університет, Мукачівський державний університет, Волинський національний університет імені Лесі Українки, Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука, Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Українська інженерно-педагогічна академія. |

Психограма фешн-дизайнера, яка характеризує його найбільш важливі індивідуально-типологічні якості (розумові, сенсорні, мовленнєві, емоційні, комунікативні), здібності і задатки для здійснення професійної діяльності, представлена у табл. 3.

Таблиця 3

Психограма «фешн-дизайнер»

| № | Назва професійно важливих якостей (психічні функції, здібності і уміння) | Кількість балів |
|----|---|--------------------|
| 1 | Візуальне (зорове) сприйняття | 3 |
| 2 | Слухове сприйняття | 1 |
| 3 | Дотикові властивості (тактильність) | 3 |
| 4 | Концентрація та стійкість уваги | 2 |
| 5 | Креативність | 3 |
| 6 | Інтелект (логічні дії) | 3 |
| 7 | Пам'ять (мнемічні дії) | 3 |
| 8 | Уява (імажинітивні дії) | 3 |
| 9 | Емоційність | 3 |
| 10 | Адекватність | 3 |
| 11 | Імпровізація | 3 |
| 12 | Спостережливість | 2 |
| 13 | Усна мова | 2 |
| 14 | Комунікабельність | 3 |
| 15 | Інтуїція і прогностичність | 3 |
| 16 | Психомоторика (рухові дії) | 3 |
| 17 | Емоціонально-вольова регуляція (самоконтроль) | 2 |
| 18 | Соціальний інтелект, організаторські здібності | 2 |
| 19 | Соціальна перцепція | 3 |
| 20 | Словесно-логічний інтелект | 1 |

Для виявлення розвитку виділених професійно важливих якостей фешн-дизайнера застосовуються конкретні психодіагностичні методики, основними з яких є тести.

2.3. Програма психологічного супроводу функціонування системи «дизайнер – творчий продукт – споживач»

Метою психологічного супроводу професійної діяльності фешн-дизайнера є виявлення закономірностей, ресурсів і створення умов для прояву і розвитку особистісного, творчого і професійного потенціалу фахівців, оптимізації організаційних, ергономічних, інформаційних та фізіологічних умов діяльності, підтримання здорового психологічного мікроклімату у професійному колективі, допомога у комунікації між дизайнером і споживачем, що сприяє досягненню високих результатів діяльності суб'єкта фешн-індустрії.

Для здійснення психологічного супроводу певної професійної діяльності психологу на початковому етапі необхідно провести кропітку роботу з визначення основних структурних і функціональних елементів діяльності, її організації і специфіки, та органічно включитись у професіональний колектив при безумовному дотриманні своєї автономності як професіонала, толерантності, етичності, емпатійності і безоціночності щодо суб'єктів діяльності (Цільмак О. М.) [55]. При цьому психологу доцільно використовувати наступні види діяльності: діагностичний і прогностичний підхід, профілактична і корекційна робота, психологічне консультування (Москалець В. П.) [56].

Діагностичний підхід дає можливість отримати необхідну інформацію про працюючих, розкрити їх потенціальні можливості, потреби і життєві цінності, що допомагає розв'язанню актуальних проблем професійної діяльності.

Прогностичний підхід дає можливість перебудувати зміст і

напрямки індивідуальної професійної траєкторії та розвитку особистості, створити сприятливі умови для самопізнання і самореалізації фахівців з метою професійного зросту і планування кар'єри.

Профілактична та корекційна робота як конкретна допомога, що супроводжується психологічною підтримкою фахівців у процесі взаємодії з професійним середовищем.

Психологічне консультування пов'язане з наданням індивідуальної допомоги працівникам у вигляді порад, рекомендацій щодо вирішення виробничих проблем або психологічних проблем, які виникли у повсякденному житті, адже ці проблеми впливають на професійну діяльність.

Враховуючи вищевикладене, розроблена програма психологічного супроводу функціонування системи «дизайнер – творчий продукт – споживач», у рамках якої здійснює свою професійну діяльність фешн-дизайнер. Програма складається з наступних етапів:

1. Збір інформації про специфіку функціонування професійної системи «дизайнер – творчий продукт – споживач». Робота з нормативними і виробничими документами, посадовими інструкціями, стандартами, звітами, матеріалами конференцій, виставок, симпозіумів, техніко-економічними показниками, організацією умов праці (соціальні та фізіологічні умови, режими ергономіки і праці, баланс праці і відпочинку, методи заохочення і стимулювання праці та ін.), заходами щодо забезпечення безпечних умов праці.

2. Дослідження змістової, естетичної і культурної цінності найбільш відомих об'єктів творчості дизайнерів одягу (індивідуальних розробок моделей-еталонів, тематичних колекцій одягу та модних ліній брендів) і тих об'єктів, що створені фахівцями даного підприємства або фірми. Вивчення професійного шляху визнаних професіоналів у галузі фешн-індустрії. Ознайомлення з досвідом організації служб психологічної підтримки відомих світових суб'єктів індустрії моди.

3. Складання поелементної будови професійної системи «дизайнер – творчий продукт – споживач», до яких відносяться мета праці, об'єкт, суб'єкт, засоби, умови праці, опис їх нормативних і кваліфікаційних ознак, творчих, функціональних і психологічних властивостей.

4. Проведення різнопланової попередньої роботи із суб'єктами професійної фешн-діяльності у вигляді співбесід, тестування, анкетування, спостереження, опитування, а також послідовні інтерв'ю з фахівцями відділів персоналу, з керівниками підрозділів, зі спеціально створеними комісіями з метою виявлення психологічних особливостей, вирішення проблемних ситуацій, сприяння адаптації нових фахівців або персоналу до нових умов праці, розширення системи уявлень фахівців про власний образ Я-професіонала, визначення пріоритетів у професійній діяльності.

5. Встановлення функціональних зв'язків суб'єктно-об'єктних і суб'єктно-суб'єктних виробничих відношень та їх психологічного забезпечення.

6. Аналізування професійно-шкідливих і психологічно-негативних факторів, що викликають перебої у роботі і зниження продуктивності праці, порушення психоемоційного клімату у колективі, що у підсумку приводять до професійної деструкції і професійного вигорання фахівців.

7. Розробка професіограми фешн-дизайнера у реальних умовах здійснення професійної діяльності з врахуванням особливостей структурної і технологічної організації виробничого процесу на даному підприємстві.

8. Визначення напрямів і розробка критеріїв ефективності діяльності учасників виробничого процесу, аналіз результатів моніторингу розвитку психологічної структури професійної діяльності. На цьому етапі можлива розробка заходів щодо професійного відбору і

професійної корекції кадрів, проведення індивідуальних психологічних консультацій, а також психологічного консультування у структурних підрозділах.

9. Створення моделі професійної особистості реально діючого фешн-дизайнера з врахуванням професійно-посадових і кваліфікаційних вимог, до якої входять потреба, мотив, мета, завдання, дії і операції діяльності, а також індивідуально-психологічні якості, здібності і уміння (психограма) фахівця.

10. При необхідності використання методів професійної реабілітації, що дозволяють знизити негативні наслідки професійних деформацій і деструкцій у системі «дизайнер – творчий продукт – споживач». До них відносяться: діагностика професійних деформацій і розробка індивідуальних стратегій їх подолання; підвищення соціально-психологічної компетентності дизайнерів; проходження семінарів і тренінгів особистісного та професійного зростання (серйозні і глибокі тренінги конкретним працівникам рекомендується проходити не у реальних виробничих колективах, а в інших місцях, де надають психологічну допомогу); оволодіння прийомами і способами саморегуляції емоційно-вольової сфери та самокорекції професійних деформацій; зміна об'єкту діяльності, вибір нової специфіки і стилю діяльності або нової творчої техніки; покращення відносин із життєзабезпечуючими системами працівника (сім'я, друзі, спільноти, соціальні інститути); розробка альтернативних сценаріїв особистісного та професійного зростання; підвищення кваліфікації та перехід на нову посаду.

11. Навчання керівників організації, підрозділів, служб і співробітників соціально-психологічним методам і прийомам, які сприятимуть оптимізації управління кадрами і технологічним процесом, збереженню емоційної стійкості і психічного здоров'я фахівців.

12. Участь у професійно складних ситуаціях діяльності організації:

прийом на роботу та звільнення персоналу; виникнення внутрішніх або зовнішніх конфліктів, професійних криз, форс-мажорних обставин; реструктуризація фірми, загострення конкурентної боротьби.

13. Розробка рекомендацій щодо корегування існуючої моделі діяльності фешн-дизайнера з врахуванням попередньо проведеного психологічного аналізу.

Розроблена програма психологічного супроводу орієнтована на забезпечення надійного і стабільного функціонування системи «дизайнер – творчий продукт – споживач» шляхом активного залучення людських ресурсів (керівників, співробітників, партнерів, споживачів) для формування позитивного соціально-психологічного і психоемоційного середовища, збереження психічних функцій і станів працівників. Це дасть можливість ефективного здійснення трудової діяльності, постійного встановлення і вдосконалення комунікації у внутрішній структурі підприємства та зовнішніх зв'язках із споживачами для сталого розвитку фешн-діяльності в довгостроковій перспективі. Спрямованість дії програми психологічного супроводу може змінюватись згідно нових завдань і потреб, які виникають у процесі закономірного розвитку виробничих відносин, що забезпечується набуттям відповідних професійних і психологічних компетенцій фешн-дизайнерів.

ВИСНОВКИ

1. У результаті проведених теоретичних та емпіричних досліджень проаналізовано психологічну структуру професійної діяльності фешн-дизайнера. Встановлено, що психологія є ефективним інструментом для дизайнера, який спроможний зробити свій трудовий процес більш продуктивним, а результати більш орієнтованими на споживача при умові використання психологічних засобів і методів у своїй роботі.

2. Аналіз класифікації типів професій залежно від предмету праці та психологічного змісту діяльності, які відображають систему взаємовідносин суб'єктів праці всередині професійного простору, дозволив зробити висновок, що дворівнева система професійного середовища вже не відображає у повному обсязі всю сукупність багатосторонніх і різноманітних взаємовідносин у праці дизайнера одягу. З врахуванням сучасних вимог до компетенцій фешн-дизайнера для адекватного опису специфіки його діяльності пропонується використовувати трирівневу формулу типу професії «людина – творчий продукт – людина», яку для кращого розуміння у фаховому полі зручніше представити, як «дизайнер – творчий продукт – споживач», що відображає психологічні закономірності та специфіку професійної діяльності в особливих умовах творчості.

3. Проведений аналіз значення творчості для професії фешн-дизайнера і визначено, що творчість є необхідною складовою і потужним засобом стимулювання професійної діяльності дизайнера одягу. Виділено основні структурні елементи творчості, що обумовлюють психологічні і змістові параметри фешн-діяльності, до яких відносяться: технічна творчість, творчий потенціал і творче спілкування.

4. На основі вивчення наукової і фахової літератури з технологій фешн-дизайну, а також досвіду практичної роботи і творчих досягнень

спеціалістів галузі індустрії моди досліджено найбільш значимі психологічні і змістові параметри діяльності фешн-дизайнера, що дозволило встановити вимоги, які професія дизайнера висуває до особистості. У результаті дослідження складений психологічний зміст професійно важливих якостей дизайнера одягу з врахуванням основних ознак процесу праці (мета, задачі, об'єкт і суб'єкт праці, засоби і умови її виконання) та домінуючі змістові характеристики професії дизайнера одягу.

5. Сформульовано перелік психологічних прийомів впливу на власну діяльність дизайнера одягу і на свідомість споживача, які допомагають зрозуміти і передбачити очікування клієнта та керувати дизайн-концепцією майбутнього дизайнерського продукту. З цією метою використовуються загальні принципи психології дизайну, які успішно адаптовані до здійснення дизайн-проектування у технологіях індустрії моди.

6. Проведено всебічний аналіз психологічної структури і систематизацію змістових і структурних характеристик професії фешн-дизайнера, що дозволило сформулювати повний опис даної професії. Для цього за допомогою методів психологічного професіографування розроблено комплексну професіограму, яка відображає мету, зміст і завдання даного виду праці, засоби, умови й організацію виконання окремих етапів і всієї роботи у цілому, особливості суб'єкт-об'єктних взаємовідносин праці з компонентами діяльності та її функціональним забезпеченням, а також індивідуально-психологічну характеристику фешн-дизайнера.

7. Розроблено програму психологічного супроводу функціонування системи «дизайнер – творчий продукт – споживач», яка сприятиме ефективному професійному спілкуванню при створенні об'єктів дизайну та розвитку фешн-діяльності в довгостроковій перспективі.

8. Отримані результати роботи можуть бути використані практичними психологами при здійсненні професійного відбору, профорієнтації у кадрових службах підприємств і організацій, а також при проведенні психологічного консультування з проблем професійної діяльності.

9. Стратегія професійної діяльності фешн-дизайнера має спиратися на формування психологічних якостей особистості, які дозволять дизайнеру створювати новітні зразки сучасного одягу з опорою на власний творчий потенціал, якісну фахову підготовку та естетичну складову, що є джерелом досягнення високого професіоналізму та забезпечення конкурентоздатності фешн-дизайнера у сучасних умовах розвитку індустрії моди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мазяр О. В., Кириченко В. В. Психологія праці : модульний курс : навчальний посібник. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. 190 с.
2. Лукашевич М. П., Туленков М. В. Соціологія. Загальний курс : Підручник. К.: Каравела, 2004. 456 с.
3. Здібності, творчість, обдарованість: теорія, методика, результати досліджень / За ред. В. О. Моляко, О. Л. Музики. Житомир: Вид-во Рута, 2006. 320 с.
4. Мигаль В. Д. Теорія і методи наукової творчості : Навчальний посібник. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. 424 с.
5. Моляко В. О. Психологія творчості – нова парадигма дослідження конструктивної діяльності людини. Практична психологія та соціальна робота. 2004. № 8. С. 1–4.
6. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 182 «Технології легкої промисловості» галузі знань 18 «Виробництво та технології» для другого (магістерського) рівня вищої освіти МОНУ Київ 2020. Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 30.04.2020 р. № 581. 14 с.
7. 30. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 022 «Дизайн» галузі знань 02 «Культура і мистецтво» для другого (магістерського) рівня вищої освіти МОНУ Київ 2020. Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 21.12.2018 р. № 1433. 15 с.
8. Косяк В. Р. Розвиток творчих художніх здібностей – один з головних чинників у процесі професійної підготовки майбутніх дизайнерів. Концепція сучасної мистецько-дизайнерської освіти України в умовах євроінтеграції : Збірник матеріалів Міжнародної науково-методичної конференції професорсько-викладацького складу і молодих учених в рамках VIII Міжнародного форуму «Дизайн-освіта 2015», 15-16

жовтня 2015 року / За загал. ред. Даниленка В. Я. Харків: ХДАДМ, 2015. С. 61–62.

9. Carolyn Mair. *The Psychology of Fashion : The Psychology of Everything*. Routledge. 2018. 140 с.

10. Голик Б. Г. Психолого-педагогічні засади професійної підготовки педагогів – майбутніх викладачів дисципліни «Дизайн одягу». «Молодий вчений». № 9 (49). Вересень, 2017 р. С. 319–324.

11. Тригуб О. Л. Структурні компоненти готовності майбутніх дизайнерів одягу до самоосвіти. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2021 р., № 77, Т. 2. С. 133–138.

12. Білецька С. О., Федорченко О. В., Нода О. М., Загора О. В. Текстильний дизайн як самостійний напрямок і основа для проектної діяльності. Інноваційні культурно-мистецькі аспекти в сучасній картині світу : Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, 11-13 вересня 2019 р. / за ред. Якимчук О. В. – Херсон: ХНТУ, 2019. – С. 358–360.

13. Попович І. С. Психологія соціальних очікувань особистості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра психол. наук : 19.00.05. Северодонецьк, 2017. 40 с.

14. V. V. Khmil, I. S. Popovych. *Philosophical and Psychological Dimensions of Social Expectations of Personality*. Антропологічні виміри філософських досліджень, 2019, Вип. 16. С. 55–65.

15. Костюченко О. В. Перцептивні основи дизайну як творчої діяльності в індустрії краси та моди. Актуальні проблеми психології. Т. 12. Психологія творчості. Вип. 23. 2017. С. 112–120.

16. Апперцепція : веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BF%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D1%96%D1%8F> (дата звернення: 12.09.2022).

17. Костюченко О. В. Фешн-бренд як результат проектної

діяльності в індустрії моди. Актуальні проблеми психології : Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. 2017. Том I : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. Випуск 46. С. 77–81.

18. Психология дизайна: 8 психологических принципов, которые пригодятся при разработке : веб-сайт. URL: <https://artismedia.by/blog/psychology-in-design/> (дата звернення: 09.10.2022).

19. Kayseri G. Ö., Özdil N., Mengüç G. S. Sensorial comfort of textile materials. Woven fabrics. 2012. P. 235–66.

20. Смикало К. О., Загора О. В. Компетентнісний аспект органолептичної експертизи текстильних і швейних виробів. Роль і перспективи розвитку товарознавчих та економічних експертиз у державному і приватному секторах : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, 28 травня 2021 року / відп. ред.: А. І. Черемнова, Н. В. Омельченко. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 181–184.

21. Загальна психологія : Підручник / О. В. Скрипченко та ін. 5-те вид. К. : Каравела, 2019. 464 с.

22. Казанцева О. О. Професійно важливі якості дизайнера одягу у структурі його професійної діяльності. Науковий вісник : зб. наук. пр. / Миколаївський державний університет імені В.О. Сухомлинського; за ред. С. Д. Максименка, Н. О. Євдокимової. Т. 2. Вип. 5. Миколаїв, 2010. С. 133–137.

23. Казанцева О. О. Місце та роль емоційності у професійній діяльності дизайнера одягу URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer/22/826.htm> (дата звернення: 10.11. 2022).

24. Максименко С. Д. Загальна психологія. Видання 3-є, перероблене та доповнене. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 272 с.

25. Лубянська С. П. Психологічні особливості розвитку професійно важливих якостей особистості художника-модельєра (на

прикладі перукарського мистецтва) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : 19.00.07. Київ, 2010. 22 с.

26. Лехновська О. Розвиток творчих здібностей студентів у процесі вивчення технологічних дисциплін у коледжі. Навчально-методичний посібник. Схвалено та рекомендовано до використання в Рівненському економіко-технологічному коледжі методичною радою РЕТК НУВГП (Протокол №2 від 08 листопада 2018 р.). Рівне. 2018. 58 с.

27. Адекватність – це... Поняття та критерії оцінки адекватності : веб-сайт. URL: <https://kafedra.com.ua/adekvatnist-tse-ponyattya-ta-kryteriyi-otsinky-adekvatnosti/> (дата звернення: 30.09.2022).

28. Бусленко О. Становлення категорії «дизайн». «Художні практики на початку XXI століття: новації, тенденції, перспективи» : Матеріали науково-практичної конференції. 25 листопада 2016 року, Київський державний інститут декоративно-прикладного мистецтва і дизайну ім. Михайла Бойчука. К., 2016. С. 15–18.

29. Алексєєва С. В. Підготовка майбутніх дизайнерів до розвитку професійної кар'єри: теорія і практика : Монографія. Київ: Міленіум, 2018. 484 с.

30. Фурса О. Дизайн-освіта в контексті постіндустріального суспільного поступу. Мистецька освіта: зміст, технології, менеджмент. (12). С. 5–18. : веб-сайт. URL: <https://zbirnik.mixmd.edu.ua/index.php/artedu/article/view/69> (дата звернення: 24.10.2022).

31. Дяченко А. В. Комплексний підхід до професійної підготовки бакалаврів із національного дизайну у внз. Інноваційна педагогіка. Випуск 36. 2021. С. 57–62.

32. Холявка А. Б., Прусак В. Ф. Пізнання світу як основа професійної діяльності дизайнера. Концепція сучасної мистецько-дизайнерської освіти України в умовах євроінтеграції : Збірник матеріалів Міжнародної науково-методичної конференції професорсько-викладацького складу і молодих учених в рамках VIII Міжнародного

форуму «Дизайн-освіта 2015», 15-16 жовтня 2015 року / За загал. ред. Даниленка В.Я. Харків: ХДАДМ, 2015. 220 с. С. 133–136.

33. Мельник М. Види художніх фешн-практик на початку ХХІ століття. «Художні практики на початку ХХІ століття: новації, тенденції, перспективи» : Матеріали науково-практичної конференції 25 листопада 2016 року, Київський державний інститут декоративно-прикладного мистецтва і дизайну ім. Михайла Бойчука. К., 2016. 113 с. С. 57–60.

34. Якимечко Л. Чинники впливу на формування світогляду сучасних українських митців у колі суспільно-культурних парадигм початку ХХІ ст. «Художні практики на початку ХХІ століття: новації, тенденції, перспективи» : Матеріали науково-практичної конференції 25 листопада 2016 року, Київський державний інститут декоративно-прикладного мистецтва і дизайну ім. Михайла Бойчука. К., 2016. 113 с. С. 110–113.

35. Чупріна Н. В. Роль сучасних технологій дизайн-діяльності у формуванні компетентностей дизайнера одягу в сучасній індустрії моди. Вісник КНУТД. №5 (90), 2015. С. 233–238.

36. Психологія підприємництва та бізнесу: навч. посіб. / О. Ю. Гусєва та ін. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2019. 257 с.

37. Burns C., Cottam H., Vanstone C., Winhall J. Transformation design. 2006. Red paper 02 Report, Design Council.

38. Смикало К., Загора О., Попович І. Психологічний аспект в індивідуальному дизайні одягу. KyivTex&Fashion : Збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції текстильних та фешн технологій, 20 жовтня 2022 р. Київ: КНУТД, 2022. С. 34–35.

39. Theodore H. Mita, Marshall Dermer, Jeffrey Knight. Reversed facial images and the mere-exposure hypothesis. Journal of personality and social psychology, 1977, №35 (8), P. 597.

40. Popovych I. S. Social expectations – a basic component of the system of adjusting of social conduct of a person. Australian Journal of

Scientific Research, 2014. №2 (6), P. 393–398.

41. UNI EN 614-2:2009, Safety of machinery. Ergonomic design principles. Interactions between the design of machinery and work tasks, p. 9.

42. Гештальтпсихологія як напрямок психології : веб-сайт. URL: <https://pyrogiv.kiev.ua/geshtaltpsychologiya-yak-napryamok-psychologii%D1%97/> (дата звернення: 17.10.2022).

43. Закони психології для дизайнера : веб-сайт. URL: <https://skvot.io/uk/blog/zakony-psikhologii-dlia-dizainera> (дата звернення: 17.10.2022).

44. Ментальні моделі : веб-сайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96_%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D1%96 (дата звернення: 17.10.2022).

45. Шість принципів гештальт-психології для створення запам'ятовуваних зображень : веб-сайт. URL: <https://www.slideshare.net/KatherineSharpar/6-230656136> (дата звернення: 17.10.2022).

46. Прокопович Т. А. Основи кольорознавства : навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 120 с.

47. Кулешова С. Г. Колір в художньому проектуванні одягу: навч. посібник; за ред. А. Л. Славінської. Хмельницький: ХНУ, 2016. 394 с.

48. Ніколаєва Т. В., Чупріна Н. В. Основи теорії формоутворення костюма: навч. посібник. К: КНУТД, 2004. 156 с.

49. Кисельова К. О. Формотворення одягу з урахуванням психології сприйняття. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну : наук. журн. Вип. 2 / М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2018. С. 95–101.

50. Ергономіка і дизайн. Проектування сучасних видів одягу: навч. посіб. / М. В. Колосніченко та ін. К. : ПП «НВЦ «Профі», 2014. 386 с.

51. Блінов О. А., Іванова Є. О. Розвиток і формування особистості в професійній діяльності. Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Психологія. 2014. Т.19. Вип. 1 (31). С. 36–42.
52. Пряжніков Н. С., Пряжнікова Є. Ю . Психологія праці. 2001 : URL: http://psih.pp.ua/p168_%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96_2001.html (дата звернення: 03.09.2022).
53. Щербакова І. М. Психологія праці: теоретичні і методологічні основи наукових досліджень: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2014. 144 с.
54. Крушельницька Я. В. Фізіологія і психологія праці: Підручник. К.: КНЕУ, 2003. 367 с.
55. Цільмак О. М. Класифікація професійно важливих якостей психолога-консультанта. Юридична психологія. Київ: Нац. акад. внутр. Справ, 2020. № 2 (27). С. 17–23.
56. Москалець В. П. Загальна психологія: підручник. К. Ліра–К., 2020. 564 с.

ДОДАТКИ

**КОДЕКС АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ
НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНОГО ПРАЦІВНИКА
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

я, Закора Оксана Василівна,
УСВІДОМЛЮЮ, що академічна доброчесність – це фундаментальна етична цінність усієї академічної спільноти світу.

ЗАЯВЛЯЮ, що у своїй освітній, науковій та інших видах діяльності **ЗОБОВ'ЯЗУЮСЯ**:

- дотримуватися:
 - вимог законодавства України та внутрішніх нормативних документів університету, зокрема Статуту Університету;
 - принципів та правил академічної доброчесності;
 - нульової толерантності до академічного плагіату;
 - моральних норм та правил етичної поведінки;
 - толерантного ставлення до інших;
 - дотримуватися високого рівня культури спілкування;
- надавати згоду на безпосередню перевірку власних наукових, навчальних, навчально-методичних робіт тощо на ознаки наявності академічного плагіату за допомогою спеціалізованих програмних продуктів;
- надавати достовірну інформацію про методики й результати досліджень, джерела використаної інформації та власну науково-педагогічну (творчу) діяльність;
- контролювати дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти;
- об'єктивно й неупереджено оцінювати результати навчання здобувачів вищої освіти;
- не використовувати результати досліджень інших авторів без використання покликань на їхню роботу;
- своєю діяльністю сприяти збереженню та примноженню традицій університету, формуванню його позитивного іміджу;
- не чинити правопорушень і не сприяти їхньому скоєнню іншими особами;
- підтримувати атмосферу довіри, взаємної відповідальності та співпраці в освітньому середовищі;
- поважати честь, гідність та особисту недоторканність особи, незважаючи на її стать, вік, матеріальний стан, соціальне становище, расову належність, релігійні й політичні переконання;
- не дискримінувати людей на підставі академічного статусу, а також за національною, расовою, статевою чи іншою належністю;
- відповідально ставитися до своїх функційних обов'язків;
- запобігати виникненню у своїй діяльності конфлікту інтересів, зокрема не використовувати службових і родинних зв'язків з метою отримання нечесної переваги в різних видах діяльності;
- не брати участі в будь-якій діяльності, пов'язаній із обманом, нечесністю, фабрикацією;
- не підроблювати документи;
- не поширювати неправдиву та компрометуючу інформацію про здобувачів вищої освіти, викладачів і співробітників університету;
- не отримувати і не пропонувати винагород за несправедливе отримання будь-яких переваг або здійснення впливу на зміну отриманої академічної оцінки;
- не залякувати й не проявляти агресії та насильства проти інших, сексуальні домагання;
- не завдавати шкоди матеріальним цінностям, матеріально-технічній базі університету та особистій власності студентів та/або працівників;
- не використовувати без дозволу ректорату (деканату) символіки університету в заходах, не пов'язаних з діяльністю університету;
- не здійснювати і не заохочувати будь-яких спроб, спрямованих на те, щоб за допомогою нечесних і негідних методів досягати власних корисних цілей;
- не завдавати загрози власному здоров'ю або безпеці студентам та/або працівникам.

УСВІДОМЛЮЮ, що відповідно до чинного законодавства у разі недотримання Кодексу академічної доброчесності буду нести академічну та/або інші види відповідальності й до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення принципів академічної доброчесності.

20.09.2021
(дата)

[Підпис]
(підпис)

Оксана Закора
(ім'я, прізвище)