

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ ЗА ПРОФІЛЕМ “ДИЗАЙН” В УМОВАХ ІСНУВАННЯ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Постановка проблеми. Підтримка вітчизняного виробника стає одним із головних пріоритетів нового уряду. Але ефективність цих заходів значною мірою залежатиме від того, наскільки вища школа зможе адаптуватися до вимог виробництва. Перш за все, це стосується індустрії моди, як найбільш гнучкого сектора економіки.

Гігантська індустрія, яка займається виробництвом та продажем модної продукції, побутовим обслуговуванням населення, завжди була на перших місцях у світовій економіці. Саме зараз, коли економічна криза здає свої позиції, слід очікувати підвищення попиту на спеціалістів у галузі дизайну, як першої складової в процесі створення товарів широкого попиту. Тому підвищення рівня професійної освіти за профілем “дизайн” має особливе значення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Останні роки характеризувалися парадоксальною ситуацією, коли провідні навчальні заклади випускають достатню кількість спеціалістів дизайнерських напрямків, більшість з яких не знаходять свого місця в промисловому виробництві. В той же час представники інших спеціальностей відкривають у собі талант дизайнера й успішно його втілюють у життя [1].

Існують наукові публікації, присвячені науково-методичним проблемам викладання навчальних дисциплін за профілем “дизайн” в умовах Болонського процесу [2,3]. Розглядаються також питання підвищення якості викладання окремих дисциплін [4,5]. Але жодне з цих досліджень не враховує принципи індустрії моди в методиках викладання відповідних дисциплін. До речі, наші найближчі сусіди – росіяни, зрозуміли необхідність цього ще кілька років тому [6].

Постановка завдання. Метою цього дослідження стає розробка рекомендацій щодо підвищення рівня професійної освіти за профілем “дизайн” з урахування особливостей сучасної індустрії моди.

Виклад основного матеріалу. Відомо, що проектування - це цілий комплекс робіт зі створення нового зразка виробу, який умовно підрозділяється на три етапи:

- зародження ідеї;
- розробка проекту;
- виготовлення моделі виробу.

До речі, термін “проектування” і є безпосереднім перекладом англійського слова design. Таким чином, модне слово “дизайнер” означає, по-перше, творчу особистість, здатну запропонувати нову, оригінальну ідею; по-друге, професіонала, здатного довести цю ідею до кінцевого результату.

Розвитку творчого потенціалу завжди приділялася велика увага при підготовці відповідних спеціалістів. Сьогодні мова йде про нові методики в цьому напрямку. Передусім це стосується пробудженню творчого потенціалу [7]. Автор справедливо стверджує, що “кожна людина має більше талантів ніж ті, які вона проявила в житті. Повнота розкриття індивідуальних здібностей залежить від наявності та усвідомлення тієї чи іншої кількості потреб. Чим більше цих потреб, тим більша мотивація людини і тим більш неймовірні речі вона може здійснити”.

Таким чином, зародження ідеї стає першим етапом, на якому мода, як соціальний феномен, що формує потреби людини, втручається в навчальний процес підготовки дизайнерів. У цьому контексті доречним здається звернення до викладачів, імідж яких традиційно сприймається як компонент культури педагогічної діяльності [8]. Тому в разі викладання спеціальних дисциплін за профілем “дизайн” зовнішня складова іміджу викладача змушена відповідати останнім тенденціям моди, що позитивно вплине на розвиток творчого потенціалу студентів.

Наступним моментом у підготовці дизайнерів стає суто технічне питання розробки проекту.

Розвиток науково-технічного прогресу, а саме широке використання систем автоматизованого проектування (САПР), значно спростили цей етап, що дає змогу одному спеціалісту і розробляти художній ескіз, і відповідну конструкцію одягу. Крім того, традиційний раніше розподіл функцій між художником та конструктором уже довів свою неспроможність. Перш за все це обумовлено суб'єктивним фактором, пов'язаним зі складністю усвідомлення

запропонованих художником ідей конструктором, і навпаки. Тому сьогодні в коло професійних обов'язків дизайнера входить володіння комп'ютерною технікою, яке неможливе без відповідної математичної підготовки. До речі, саме проектування за допомогою САПР дозволяє розробляти конкурентноспроможну продукцію [9].

Тільки при такій організації робіт модель виробу буде повністю відображати художній задум. Виникає питання, чи достатньо на сьогодні моделі виробу для закінчення роботи дизайнера?

Традиційно склалось, що до модної продукції відносяться товари легкої промисловості, а саме: одяг, аксесуари, парфуми, косметика і т.п. [10]. Найбільшим чином індустрія моди впливає на процес проектування одягу. Тому знаходженню відповіді на поставлене питання допоможуть численні майстер-класи для дизайнерів одягу, основна мета яких – навчити дизайнера орієнтуватись у бізнесі.

Один з авторів таких майстер-класів, Девід Фоулі вважає, що для дизайнера одягу “необхідно не тільки рисувати ескізи, але й створювати, просувати свій бренд. З цією метою ми налагоджуємо зв'язки з інвесторами, шукаємо спонсорів, продумуємо рекламну кампанію” [11].

Кілька років тому англієць Девід Фоулі працював креативним директором російської компанії SENSUS, яка до нього виробляла одяг для досить низького сегмента ринку. Першим кроком нового директора стала пропозиція визначитися зі “своїм” споживачем. Ставка була зроблена на молоду, працюючу, сексуальну жінку. Було запропоновано розробляти асортиментні колекції двох напрямків: для роботи та відпочинку. Паралельно проводилися зміни і в інтер'єрі магазину.

Через два роки SENSUS зайняла зовсім іншу нішу на споживчому ринку. При чому одяг розробляється і відшивається тими ж самими робітниками. Це ще раз підтверджує необхідність вивчення всіх технологій індустрії моди, спроможних підвищити дохідність швейного бізнесу.

Нічого нового в цьому немає. Ще в 80-х роках минулого століття відомий фахівець у галузі проектування одягу Козлова Т.В. [12] розглядала виробництво одягу, притаманне капіталістичним країнам: “... необхідно чітко уявляти себе кон'юнктуру ринку, глибоко проникати в психологію окремих груп споживачів, робити все необхідне, щоб вироблена продукція приносила більший дохід. У зв'язку з тим, що модельєр уже наполовину став бізнесменом, він змушений займатися дизайном в інших галузях діяльності, щоб підтримувати свій престиж и привернути до себе увагу споживачів”.

При соціалізмі все це сприймалось як недоліки. Але часи змінились, Україна вже на цьому шляху розвитку виробництва. Тому проектування одягу нерозривно пов'язано з подальшим його продажем, коли споживачу необхідно довести, чому саме цей одяг йому треба купувати. До речі, цьому є й суто прагматичне пояснення: у зв'язку з появою масового виробництва одягу виникла необхідність у рекламі готової продукції, а не майбутніх тенденцій.

Існує ще один цікавий аспект. Слідством науково-технічного прогресу стає таке зростання темпу життя, що людина вже не в змозі сама оцінити якість продукції. З'явився навіть такий термін - “некваліфікований споживач”. І якщо відносно техніки все цілком природно, то з точки зору одягу – це втрачені знання.

У художній літературі 19-х років часто зустрічається опис дефектів одягу. Наприклад, у Льва Толстого (“Анна Кареніна”): “Англійка, перешиваючи сукню, зробила виточки не на місці, занадто вийняла рукава, а отже, було зіпсувала сукню.” Але найбільш цікавим є те, що автор зміг пояснити, як були виправлені дефекти. І таких прикладів достатньо для того, щоб зробити висновок про рівень культури носіння одягу. Певна річ мова йде про середній клас та вищий. А чи багато сучасних покупців із відповідним рівнем достатку зможуть побачити такі дефекти та оцінити якість?

Тому виникає необхідність в адресному проектуванні одягу, заснованому на всебічному вивченні споживача. Для цього використовують методики таких дисциплін, як маркетинг, менеджмент, психологія і навіть філософія. Вивчений студентами цикл гуманітарної та соціально-економічної підготовки обов'язково допоможе. Але спеціальні технології, притаманні лише індустрії моди, слід розглянути окремо, відповідно до кожного етапу проектування одягу.

А такі специфічні інструменти, як мерчандайзинг та франчайзинг, без використання яких вже неможливий успішний продаж будь-яких товарів, лишаються зовсім поза межами свідомості студентів. Але врахування таких технологій при проектуванні здатне значно підвищити самий рівень проектування.

На процес проектування товарів легкої промисловості впливає і розвиток електронної комерції. Перш за все це стосується системи продажу через Інтернет, бо з кожним роком відсоток таких виробів зростає. Існують прогнози, згідно з якими звичайні магазини зовсім перестануть існувати. Це означає, що покупець не зможе доторкнутися виробу, наприклад, одягу, примірити та повністю оцінити. А це, в свою чергу, не може не вплинути на зовнішній вигляд та відповідно конструкцію. Тому необхідно враховувати і такий різновид дизайнерської діяльності.

Усі ці моменти розширюють проектний простір разом із колом професійних обов'язків дизайнера, який на сьогодні має бути всебічно розвинен особистістю, здатною збирати інформацію, аналізувати і робити висновки.

Висновки. Таким чином, шляхи підвищення якості професійної освіти за профілем “дизайн” полягають в такому:

- використання нових методик для пробудження творчого потенціалу студентів;
- виконання студентами більшості етапів проектних робіт у системах автоматизованого проектування;
- вивчення технологій індустрії моди.

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці відповідних стандартів навчання, здатних враховувати передові технології як вищої освіти, так і в індустрії моди.

Список використаних джерел

1. Я ищу дизайнера [Текст] // fashion world. – 2004. – № 3. – С. 18–19.
2. Мудра В.М. Комунікативна роль фірмового стилю в європейській інтеграції. Умови успішного навчання дисципліні “Дизайн фірмового стилю” по Болонському процесу [Текст] / В.М. Мудра // Вісник КНУТД. – 2008. – № 1. – С. 135–137.
3. Гардабхадзе И.А. Научно-методические проблемы преподавания дисциплины “Моделирования стиля и имиджа” в условиях Болонского процесса [Текст] / И.А. Гардабхадзе // Вісник КНУТД. – 2008. – № 1. – С. 247–250.
4. Давиденко І.В. Науково-методичні проблеми підвищення якості підготовки фахівців з дизайну костюма у викладанні дисципліни “Виконання проекту в матеріалі” [Текст] / І.В. Давиденко, К.О.Кисельова // Вісник КНУТД. – 2008. – № 1. – С. 257–259.
5. Морозова Л.О. Підвищення якості викладання дисципліни “Моделювання та макетування” [Текст] / Л.О. Морозова // Вісник КНУТД. – 2008. – № 1. – С. 80–82.
6. Елена Межиборская: “Создание одежды требует концептуального подхода” [Текст] // Ателье Rundschau. – 2001. – № 9. – С. 12.
7. Машинцев С.В. Пробудження творчого потенціалу особистості за власним бажанням [Текст] / С.В. Машинцев // Вісник КНУТД. – 2008. – № 1. – С. 254–256.
8. Размолодчикова І.В. Імідж майбутнього вчителя як компонент культури педагогічної діяльності [Текст] / І.В. Размолодчикова // Вісник Черкас. ун-ту. Сер. Пед. науки. – 2009. – Вип. 165. – С. 111–113.
9. Залкінд В.В. Особливості розробки конструкцій одягу з урахуванням можливостей сучасних САПР [Текст] / В.В. Залкінд // Вісник КНУТД. – 2010. – № 1. – С.99-103.
10. Индустрия моды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: \www/http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/INDUSTRIYA_MODI.htm1/ - 08. 06. 2010 г. – Загл. с экрана.
11. От дизайнерской идеи до коммерческой коллекции [Текст] // fashion world. – 2005. – № 5. – С. 12.
12. Козлова Т.В. Художественное проектирование костюма / Т.В. Козлова – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1982. – 144 с.

Залкінд В.В., Косенко О.І.

Підвищення рівня професійної освіти за профілем “Дизайн” в умовах існування індустрії моди

Розглянуто особливості професійної освіти за профілем “дизайн” в умовах існування індустрії моди. Запропоновано зробити акцент на пробудження творчого потенціалу студентів, широке використання САПР в навчальному процесі та вивчення технологій індустрії моди.

Ключові слова: проектування одягу, дизайн, рівень професійної освіти, навчальний процес, індустрія моди, творчий потенціал, САПР.

Залкинд В.В., Косенко О.И.

Повышение уровня профессиональной подготовки по профилю “Дизайн” в условиях существования индустрии моды

Рассмотрены особенности профессионального образования по профилю “дизайн” в условиях существования индустрии моды. Предложено сделать акцент на пробуждение творческого потенциала студентов, широкое использование САПР в учебном процессе и изучение технологий индустрии моды.

Ключевые слова: проектирование одежды, дизайн, уровень профессиональной подготовки, учебный процесс, индустрия моды, творческий потенциал, САПР.

V. Zalkind, O. Kosenko

Rising the Level of Professional Training in the Field of “Design” in Conditions of Fashion Industry

There have been considered the peculiarities of professional education in the field of “design” in conditions of fashion industry. It is suggested to accentuate the development of students` creative potential and wide usage of CAD software in the educational process and studying industry`s technologies.

Key words: clothes desigering, design, level of professional training, educational process, fashion industry, creative potential, CAD.

Стаття надійшла до редакції 10.05.2010 р.