

health of the old and aging person and indirect improvement of interpersonal relations with their sociocultural environment.

**Keywords:** gerontogenesis, intelligence; intellectual development; creativity, mental health.

*Отримано 14.07.2017*

**УДК 159.92**

*Костюченко Олена Вікторівна*

## **ПЕРЦЕПТИВНІ ОСНОВИ ДИЗАЙНУ ЯК ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ КРАСИ ТА МОДИ**

**Костюченко О. В. Перцептивні основи дизайну як творчої діяльності в індустрії краси та моди.** У статті проаналізовано зміст понять «дизайн», «дизайн в індустрії краси та моди» як творчої проектно-художньої діяльності, процесу і результату художньо-технічного проектування фешн-продуктів, що зорієнтовано на досягнення найповнішої відповідності створюваних фешн-об'єктів і середовища загалом утилітарним й естетичним потребам споживачів, а також суттєве підвищення конкурентоспроможності фешн-продукції. Означено місце і роль творчого та адаптивного потенціалів перцепції у дизайні як цілісного та інтегрального процесу технологічного і художнього освоєння об'єктивної складної та багатогранної дійсності, адаптування до мінливих умов, зокрема у сфері краси та моди, а також розкриття власного потенціалу, світосприймання, світогляду, смаків, дизайнерської позиції у продуктах дизайнерської діяльності. Особливу увагу сфокусовано на тому, що у художньо-творчому процесі дизайну творче світосприймання та художнє сприймання є основою творчого комбінування ідей, образів, творчої імпровізації, коли автоматично відбувається фіксація нового в об'єкті; бачення цілого та деталей, зовнішньої форми та внутрішньої суті речей, відомого у невідомому, невідомого у відомому, одиничного та всезагального в одному об'єкті. Зазначено, що творче й естетичне сприймання дизайнера, повноцінне відтворення особливостей сприйманого світу у дизайні сприятиме залученню дизайнера до творчої діяльності та навпаки у творчо-пізнавальній діяльності виникатиме нове сприйняття предметного і соціального світу, і навпаки у творчо-пізнавальній діяльності виникає нове сприймання оточення.

**Ключові слова:** дизайн, дизайнер, індустрія краси та моди, творчий потенціал, перцепція, творче сприймання, естетичне сприймання.

**Костюченко Е. В. Перцептивные основы дизайна как творческой деятельности в индустрии красоты и моды.** В статье проанализировано содержание понятий «дизайн», «дизайн в индустрии красоты и моды» как творческой проектно-художественной деятельности, процесса и результата художественно-технического проектирования фэшн-продуктов, ориентированного на достижение наиболее полного соответствия создаваемых фэшн-объектов и среды в целом утилитарным и эстетическим потребностям потребителей, а также существенное повышение конкурентоспособности фэшн-продукции. Определены место и роль творческого и адаптивного потенциалов перцепции в дизайне как целостного и интегрального процесса технологического и художественного освоения объективной сложной и многогранной действительности, адаптацию к меняющимся условиям, в частности в сфере красоты и моды, а также раскрытие собственного потенциала, мировосприятия, мировоззрения, вкусов, дизайнерской позиции. Особое внимание сфокусировано на том, что в художественно-творческом процессе дизайна творческое мировосприя-

тие и художественное восприятие является основой творческого комбинирования идей, образов, творческой импровизации, когда автоматически происходит фиксация нового в объекте; видение целого и деталей, внешней формы и внутренней сути вещей, известного в неизвестном, неизвестного в известном, единичного и всеобщего в одном объекте. Отмечено, что творческое восприятие дизайнера, полноценное воспроизведение особенностей воспринимаемого мира в дизайне будет способствовать вовлечению дизайнера в творческую деятельность и наоборот в творчески-познавательной деятельности возникнет новое восприятие предметного и социального мира.

**Ключевые слова:** дизайн, дизайнер, индустрия красоты и моды, творческий потенциал, перцепция, творческое восприятие, эстетическое восприятие.

**Вступ.** Підвищення вимог соціального середовища до професіоналізму фахівців у будь-якій сфері, зокрема дизайнерів в індустрії краси та моди, потребує нестандартного бачення нових можливостей її функціонування та розвитку, продукування оригінальних ідей, гнучкості мислення й поведінки, самостійності, відкритості новим формам професійної самореалізації, що можливе за умови формування повноцінного світосприймання.

Професійна реалізація особистості дизайнера здійснюється через залучення його до різних видів творчої діяльності, зокрема дизайнерської, яка охоплює весь процес роботи і включає як технологічне, так і художнє освоєння об'єктивної складної та багатогранної дійсності, відбираючи ті її сторони та прояви, які з найбільшою силою розкривають власний потенціал, світогляд, смаки, дизайнерську позицію. Серед основних ознак дизайнерської творчості є: новизна й оригінальність діяльності або її результату, дизайн-продукту; суспільна значимість результатів дизайну, збагачення досвіду попередників та прогресивний характер діяльності. Дизайн як діяльність, процес і продукт, доступний і зрозумілий кожній людині є найбільш вираженим поєднанням психологічних реалій творчого процесу, це саме процес перетворення дизайнером спостережень дійсності в дизайн-образ під впливом індивідуального та загальних закономірностей. Зміна змісту реалізації задумів дизайнерів індустрії краси та моди, що демонструє їх високу адаптаційну пластичність, необхідну для збереження рівноваги при взаємодії з динамічним соціальним середовищем, обумовлена специфічністю індустрії моди як певного сектору економіки, сектору сфери послуг, заснованого не лише на підлаштуванні до вже сформованих потреб, а й на прогнозуванні та плануванні, зайнятого формуванням у покупців образу «модної» продукції, її виробництвом і реалізацією. Продукти дизайнерської діяльності фахівця сучасної індустрії краси та моди є не лише засобами задоволення естетичних потреб і демонстрації соціального статусу їх власника, але й засобами спілкування між людьми, формою масової комунікації та репрезентацією світосприймання.

**Вихідні передумови.** В аналізі даної проблеми ми спираємося на визначення сутності «дизайну» як наукової категорії (Н. Валькова, В. Глазичев, О. Голікова, А. Дмитрук, Є. Зенкевич, Т. Малдонадо, С. Михайлов, А. Москаєва, Т. Шевчук та ін.); творчого потенціалу у рамках діяльнісного та енергетичного підходів як властивості, що характеризує міру можливостей особистості здійснювати діяльність у сукупності властивостей його структури, характеру

та інтенсивності їх взаємозв'язку (В. Давидов, В. Моляко, О. Музика й ін.), зокрема творчу діяльність (Г. Альтшуллер, Л. Виготський, В. Жураковський, Ю. Кулюткін, О. Матюшкін, В. Моляко, Л. Мещеряков, В. Овчінніков, Я. Пономарьов, й ін.) [7].

Актуальність досліджуваного питання полягає у тому, що саме на сучасному етапі розвитку індустрії краси та моди, метою якої є досягнення найповнішої відповідності створюваних фешн-об'єктів утилітарним й естетичним потребам споживачів, підвищення конкурентоспроможності фешн-продукції, набуває соціального значення реалізація творчого потенціалу фахівців означеної сфери у дизайнерській діяльності, яка заснована на перцепції. Активізація творчого та художнього (естетичного) сприймання сприятиме збагаченню професійного здійснення новим сенсом, допоможе задіяти потенційні можливості і ресурси, виявити нові механізми підвищення ефективності професійної діяльності і взаємодії.

**Мета статті** – теоретично проаналізувати місце і роль перцепції як творчої компоненти в системі дизайнерської діяльності фахівця індустрії краси та моди.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Існує значна кількість підходів до визначення терміну «дизайн», зокрема: як виду людської діяльності (Н. Валькова, Є. Зенкевич, С. Михайлов, Т. Шевчук і ін.); як результату діяльності (В. Глазичев, А. Москаєва, Є. Зенкевич); як творчої активності (А. Дмитрук, Т. Малдонадо). Найбільш чітким є тлумачення дизайну (1964) як творчої діяльності, метою якої є «визначення формальних якостей промислових виробів, які включають і зовнішні риси виробу, і ті структурні й функціональні взаємозв'язки, що перетворюють виріб у єдине ціле як з погляду споживача, так і з погляду виробника» [11, с. 90-91].

Творчі аспекти дизайну простежуються у визначенні його: як вищої форми мистецтва, незалежну зверх-професію, вільну від вузькоспеціалізованого професіоналізму, де об'єкти дизайну ототожнюються з продуктами абстрактного мистецтва в графіці і пластиці (Г. Рід); як результату ефективного поєднання тренованої уяви і практичної майстерності (Д. Глоаг); як способу реалізації художніх потенцій – створення світу нових і прекрасних речей (Д. Понті); як обслуговуючої, позбавленої героїзації професії в умовах цивілізації супер-комфорту, але одночасно і вільної творчої діяльності, способу професійного самовираження художника у сучасному світі, особливої форми масового мистецтва (Д. Нельсон) [9, с. 10-12]; як специфічної художньої творчості, естетичний та етичний ідеал якої полягає у створенні програми «очищеного» дизайну, заснованого на суворій науковій методології, як творчої активності у покращанні зовнішніх переваг об'єктів, вироблених в промисловості (Т. Мальдонадо); як особливого засобу передачі впорядкованої інформації (Д. Дорфлес і А. Моль) [14]; як творчої діяльності з художнього конструювання (проекування) промислових виробів у відповідності до законів краси та функціональності, діяльність з гармонізації відношень предметного світу та людини (А. Дмитрук) [3]; як специфічної проектної діяльності, що сполучає

художньо-предметну творчість та інженерну практику (О. Голікова, Т. Шевчук) [2]; як творчої проектно-конструкторської діяльності, яка спрямована на удосконалення предметного середовища, що оточує людину, і створюється засобами промислового виробництва [10, с. 357].

Дизайн (англ. design) в індустрії краси та моди нами визначено як творча проектно-художня діяльність, процес і результат художньо-технічного проектування фешн-продуктів, що зорієнтований на досягнення найповнішої відповідності створюваних об'єктів і середовища загалом утилітарним і естетичним потребам людини, реалізуючи відтворювальну, виховну, пізнавальну, комунікативну, гедоністичну функції. Як засвідчує світовий досвід, дизайн в індустрії краси та моди є потужним джерелом забезпечення якості фешн-товарів та фешн-послуг, ефективним засобом суттєвого підвищення конкурентоспроможності фешн-продукції, здатним спричинити вагомий позитивний ефект на економіку держави, на розвиток матеріальної культури суспільства при відносно незначних фінансових внесках.

Серед значної кількості психологічних факторів, які визначають ефективну дизайнерську діяльність виокремимо повноцінне світосприймання, що сприяє: творчому пристосуванню до змін довкілля, розвитку соціально-психологічної компетентності, оптимізації психічних процесів і станів, стимулюванню та реалізації особистісного і творчого потенціалу особистості, унікальності та неповторності, що є характерним для успішної професійної самореалізації в індустрії моди з її тенденцією до постійних оновлень, змін, трансформацій та інновацій. Так, Г. Костюк та Д. Елькін звертають увагу на визначальну роль сприймання у процесах орієнтації у дійсності, у процесах пристосування до неї та активної її зміни [6]. Зауважимо на ролі творчого потенціалу перцепції в адаптації особистості дизайнера до постійно мінливого світу, що реалізується у "творчо-перетворюючій" функції свідомості, «стратегіальній організації свідомості, що дозволяє впорядкувати вміст потоку свідомості, знаходити в хаосі конкретні системи, проектувати їх і будувати, орієнтуючись також на об'єктивні показники, що задаються усіма тими вимогами, які існують в реальності» (В. Моляко, 1984, с. 86). Саме стратегії дозволяють організувати "хаос мислення" і знайти засоби та шляхи такого впорядкування, яке дозволить вирішити нові задачі дизайну, проаналізувати ситуації та нову інформацію, обираючи орієнтири і творчу поведінку, завершити творчий процес досягненням рівноваги, гармонізацією.

У цьому контексті важливою є запропонована В. Моляко структурна модель творчого потенціалу з значною кількістю складових [1, с. 8], серед яких є: творче сприймання, підвищена чутливість, вибірковість; динамічності психічних процесів; домінування пізнавальних інтересів; допитливість; швидкість у засвоєнні нової інформації, утворення асоціативних масивів тощо.

У дизайні втілюється глибина авторської думки через пластику, точність та узгодженість рухів, здатність до інтерпретації, активізацію сенсомоторних, перцептивних, мнемічних, імажинативних, мисленневих і комунікативних здібностей, які тісно пов'язані з загальною спрямованістю особистості, з мірою

стійкості схильності фахівця до певної діяльності, а також особистісний художньо-естетичний досвід (ціннісне ставлення до різних видів мистецтва, зокрема. перукарського, пастижного, візажного, фото- та кіномистецтва, художньо-естетичні знання і професійні вміння, що забезпечує формування естетичних смаків і почуттів, естетичного світосприймання і поглядів) та здатність до творчості. Арсенал професійних методів фахівців у сфері дизайну має базуватися на досвіді креативного арт-впливу, художніх засобах самореалізації експресивної діяльності, вираження назовні сприйнятої та опрацьованої інформації та трансформування її відповідно до свого індивідуального досвіду [5].

Творча за своєю суттю діяльність дизайнера у сфері краси та моди не завжди може мати видатні результати, однак участь у творчій діяльності має позитивний вплив на особистість через удосконалення власних якостей майбутнього фахівця саме як творчої особистості, емоційну заглибленість у діяльність, загальне й естетичне задоволення від процесу і продуктів діяльності; розуміння суті проблеми, задачі, ситуації; несвідоме, інтуїтивне розв'язання проблеми («поза логічне»); стратегіальність в інтелектуальній поведінці (особистісні можливості продукувати проекти); багатоваріантність рішень; швидкість рішень, оцінок, прогнозів; мистецтво знаходити; вибрати (винахідливість).

Дизайн модних об'єктів, особливо в індустрії краси та моди, заснований на таких принципах [12]: усвідомлене адаптоване використання дизайнером фіксованих в суспільній свідомості рис того або іншого стилю або напряму при проектуванні модного об'єкту, (напр., зовнішнє оформлення об'єктів, розробка пластичних та кольорографічних властивостей); пряме або опосередковане проектування візуальних або смислових ознак певного культурного або предметного зразка відносно функціональних і естетичних властивостей об'єкту проектування, що є актуальним для сучасної індустрії моди (напр., узагальнено-формальне прочитання зовнішніх ознак стилю або напряму культури, зокрема, об'ємно-пластичних, колористичних та графічних властивостей); імітація або адаптація певних зовнішніх проявів форм і структур об'єктів природного або штучного навколишнього світу при розробці формоутворюючих принципів і структуризації об'єкту проектування (напр., розробка питань смислової, емоційної та декоративної дії на потенційних споживачів як основних категорій формування стильової виразності).

Когнітивні моделі дизайну базуються на сприйманні (сенсорному, емоційно-семантичному, інтегрально-семантичному), яке враховує динамічний аспект переробки інформації, і ґрунтуються на принципі від цілого до диференційованих структур, «від загального до часткового», що забезпечує актуальне становлення образу [4, с. 269-288]. На відміну від впливу так званого «високого» мистецтва, дизайн реалізується не через потрясіння, окриленість, а через «вміння-бути-в-світі» (М. Гайдеггер). Предметно-просторове середовище є специфічним об'єктом дизайнерського проектування, джерелом образного сприймання. Розробка нового підходу до створення фешн-об'єктів обумовлена насамперед тим, що переживання дизайнера відрізняється від переважно раціонального сприйняття окремої речі, наприклад, робочого інстру-

менту або навіть модного аксесуара, вказуючи на приналежність його власника до певної соціальної або субкультурної групи.

Основна значущість перцептивної діяльності для дизайнера полягає в інформуванні про події та явища навколишнього світу, у т.ч. сфері індустрії краси та моди, в результаті чого вибудовується суб'єктивне уявлення про світ та відповідним чином реалізуються ці уявлення у реалізації дизайнерської діяльності. Це свідчить про важливість таких характеристик сприймання як повноцінність одержання, інтерпретації сигналів (зовнішніх або внутрішніх), й подальшого формування образу світу і побудови своєї діяльності, що суттєво впливатиме на характер взаємодії людини з довкіллям.

Багатомірність і багатофункціональність фешн-образів, що формуються у дизайнера стилю протягом його діяльності, викликає інтерес, оскільки очікується, що розуміння структури образів, шляхів їх утворення і способів трансформації дозволить виявити нові механізми підвищення ефективності діяльності і взаємодії. Це пов'язано насамперед з неоднорідністю самого змісту образу, який формується у ході активного здобуття й обробки інформації, є специфічним сплавом відображення реального об'єкта і попереднього досвіду щодо сприйняття подібних об'єктів і взаємодії з ними. Про це засвідчує думка Л. Виготського про те, що сприймати речі інакше означає в той же час отримувати інакші можливості дії стосовно них [6].

Дизайнери у художньо-творчому процесі керуються принципом творчого комбінування ідей, образів і рухів як професійної оцінки у поєднанні з відповідністю дизайн-продукту естетичним вимогам та творчою імпровізацією, суттєву роль у реалізації яких відіграє творче сприймання не тільки інформаційного матеріалу, а й оточуючого світу загалом. Творчим вважається художнє сприймання тому, що завдяки йому автоматично відбувається фіксація нового в об'єкті; бачення цілого та деталей, зовнішньої форми та внутрішньої суті речей, відомого у невідомому, невідомого у відомому, одиничного та всезагального в одному об'єкті. Формуванню цієї навички сприяє сполучення протилежних якостей в структурі самого сприймання, які базуються частково на природних задатках, але розвиваються головним чином у спрямованій діяльності. Одночасне сприймання і зовнішньої форми, і внутрішньої суті матеріалу, коли сам зміст його визначає характер його форми, важливе в дизайні, спричиняє нове творче його бачення і надає йому образне начало.

Особливою формою сприймання є так зване естетичне сприймання у складі дизайнерської діяльності, що спрямоване на задоволення потреби в красі та в естетичному розвитку як здатності переживати різні явища дійсності як прекрасні. Естетичне, художнє (за П. Якобсоном), сприймання як взаємодія людини з «психо-художньою» реальністю є процесом творчим, призводить до створення нової, психічної та духовної реальності» [13, с. 46-48]. Саме у перцептивних діях виявляється сенситивність – характеристика органів чуттів, що виражається в їхній здатності тонко й точно сприймати, розрізняти й вибірково реагувати на слабкі стимули. Відповідно до цього виокремимо таку специфічну перцептивну складову дизайну як зауваження та ди-

ференціація кожної деталі дизайн-продукту, що набуває для дизайнера особливого, символічного значення, допомагає усвідомити зміст зображеного. З точки зору психології, художня деталь виконує функцію стимулу (подразника), що впливає на свідомість, актуалізує попередній життєвий і мистецький досвід, викликає певний асоціативний ряд, пробуджує почуття, оцінюється, інтерпретується.

**Висновки і подальші перспективи досліджень.** Отже, значне місце у реалізації дизайну як творчої діяльності потрібно надати пошуково-перетворювальній активності у взаємодії з професійною дійсністю, як передумови пристосування особистості до об'єктивних професійних умов, орієнтування в конкретній ситуації, виділення найважливіших для розв'язання конкретного завдання аспектів, адекватності її реакцій на зовнішні впливи, психічної рівноваги та саморегуляції, здійснення такої обробки інформації, що надає можливості для реалізації потреби у творчому, актуалізованому самовираженні, підвищення ефективності професійної діяльності і взаємодії. Основною властивістю дизайну в індустрії краси та моди можна назвати те, що модні продукти знаходяться у постійній зміні. трансформації і розвитку, динаміка яких зумовлює напрями подальшого розвитку індустрії моди у сучасних умовах. Означений вид діяльності є одним з найперспективніших складових професійної реалізації фахівців означеної сфери, де створюються умови для їх творчого саморозвитку та реалізації творчого потенціалу, формуються професійні компетенції, а саме, полікультурні, мовленнєві, інформаційні, політичні, соціально-психологічні тощо на основі повноцінного світосприймання. Перцепція забезпечує орієнтування в конкретній ситуації, художньо-творчому матеріалі, виділення найважливіших аспектів для розв'язання конкретного завдання дизайну, здійснюють таку обробку інформації від органів чуття, яка веде до побудови образу, адекватного як предметові, так і завданням дизайнерської діяльності. Творче й естетичне сприймання дизайнера, повноцінне відтворення особливостей сприйманого світу у дизайні сприятиме залученню дизайнера до творчої діяльності та навпаки у творчо-пізнавальної діяльності виникатиме нове сприйняття предметного і соціального світу внаслідок внутрішньої роботи з опанування емоційно-психологічного, інформаційного, культурного впливу.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Актуальні проблеми психології: Проблеми психології творчості та обдарованості: Зб наук. пр. / за ред. В.О. Моляко. – Житомир: Вид-во ЖДУ імені І. Франка, 2007. – 264 с.
2. Голикова О. П. Портрет спеціаліста: дизайнер / О.П. Голикова, Т.А. Шевчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://abiturient.iatp.org.ua/articles/article14.htm>
3. Дмитрук А. Г. По законам красоты. О дизайнерском творчестве / А. Г. Дмитрук. – Київ: Мистецтво, 1985. – 78 с.
4. Здібності, творчість, обдарованість: теорія, методика, результати досліджень / Моляко В. О., Музика О. Л. – Житомир, 2006. – 320 с.

5. Костюченко О. В. Психологія ефективності фахівця індустрії моди: Навчально-методичний посібник. / О. В. Костюченко, Л. П. Дихнич. – Київ: Ліра-К, 2016. – 464 с.
6. Костюченко О. В. Творча основа сенсорно-перцептивного рівня образотворення / О. В. Костюченко // Педагогіка і психологія. Наука і освіта: Когнітивні процеси та творчість. – Одеса: Південний науковий Центр НАПН України, 2011. – №9/CV – С. 121-126.
7. Костюченко О. В. Творчий та адаптивний потенціали як основа професійної самореалізації фахівця індустрії моди / О. В. Костюченко // Актуальні проблеми психології: Зб. наук. пр. Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. – Київ: Видавництво «Фенікс», 2017. – Т. XII. Психологія творчості. – Вип. 22. – С. 159-168.
8. Психологічні дослідження творчого потенціалу особистості: [монографія] / авт. кол., наук., керівник В. О. Моляко. – К.: Педагогічна думка, 2008. – 208 с.
9. Розенсон І. А. Основы теории дизайна: учеб. для ВУЗов / И. А. Розенсон – Санкт-Петербург: Питер, 2007. – 217 с.
10. Украинская советская энциклопедия. – Том 3. – Киев: Главная редакция украинской советской энциклопедии, 1980. – 543 с.
11. Черняк Л. В. Естетика товарів та дизайн: навч. посібник / Л. В. Черняк, Ю. М. Яценко. – Київ: КНТЕУ, 2006. – 227 с.
12. Чупріна Н. В. Етапи та критерії формування індустрії моди / Н. В. Чупріна // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : Зб. наук. пр. Вип. 32 / М-во культури України, Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв ; [редкол. В.Г. Чернець [та ін.]]. – Київ : Міленіум, 2014. – С. 349-357.
13. Якобсон П. М. Психология художественного восприятия / П. М. Якобсон. – Москва : Искусство, 1964. – 85 с.
14. Maldonado T. Disegno industriale: un riesame: Definizione, storia, bibliografia / T. Maldonado. – Milano, 1979.

#### **REFERENCES TRANSLITERATED**

1. Aktualni problemy psykholohii (2010). [Actual problems of psychology] : Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykholohii im. H.S. Kostiuka APN Ukrainy (Vols. 1-12).
2. Holikova, O. P., & Shevchuk, T. A. Portret spetsialista: dyzainer [Portrait professionals: designer]. Retrieved from : <http://abiturient.iatp.org.ua/articles/article14.htm>
3. Dmytruk, A. H. (1985). Po zakonam krasoty. O dizaynerskom tvorchestve [According to the laws of beauty. About design creativity]. Kyiv: Mystetstvo.
4. Zdibnosti, tvorchist, obdarovanist: teoriia, metodyka, rezultaty doslidzhen (2006). [Ability, creativity, giftedness: theory, methodology, research results]. Za red. V. O. Moliako, O. L. Muzyky. Zhytomyr: Ruta.
5. Kostiuchenko, O. V. (2016). Psykholohiia efektyvnosti fakhivtsia industrii mody. [Psycholohiia efektyvnosti fakhivtsia the fashion industry]. Kiev: Lira-K.
6. Kostiuchenko, O. V. (2011). Tvorchia osnova senso-no-pertseptyvnoho rivnia obrazotvorennia [The creative basis of the sensory-perceptual level of painting]// Pedagogika i psykholohiia. Nauka i osvita: Kohnityvni protsesy ta tvorchist. – Pedagogy and psychology. Science and education: Cognitive processes and creativity. Vol. 9/CV. Odesa: Pivdennyi naukovyi Tsentz NAPN Ukrainy, 121-126.
7. Kostiuchenko, O. V. (2017). Tvorchyi ta adaptyvnyi potentsialy yak osnova profesiinoi samorealizatsii fakhivtsia industrii mody [Creative and adaptive potential as a basis of professional self-realization of a specialist in the fashion industry]/ Aktualni problemy psykholohii – Actual problems of psychology]: Zb.



- nauk. pr. Instytutu psykholohii imeni H.S. Kostiuka NAPN Ukrainy. Kyiv: Vydavnytstvo «Feniks». T.KhII. Psykholohiia tvorchosti. Vol. 22, 159-168.
8. Psykholohichni doslidzhennia tvorchoho potentsialu osobystosti (2008). [Psychological studies of creativity]. Kiev: Pedagogichna dumka.
  9. Rozenson, Y. A. (2007). Osnovyi teorii dizayna: ucheb. dlia VUZov [Fundamentals of the theory of design]. Sankt-Peterburh: Pyter.
  10. Ukrainskaya sovetskaya entsiklopediya. [Ukrainian Soviet encyclopedia]. Vol. 3. Kiev: Glavnaya redaktsiya ukrainskoy sovetskoy entsiklopedii.
  11. Cherniak, L. V., & Yatsenko Iu. M. (2006). Estetyka tovariv ta dyzain: navch. posibnyk [The aesthetics and design of products]. Kyiv: KNTEU.
  12. Chuprina, N. V. (2014). Etapy ta kryterii formuvannia industrii mody [Stages and criteria for the fashion industry]. Aktualni problemy istorii, teorii ta praktyky khudozhnoi kultury – Actual problems of history, theory and practice of artistic culture: Zb. nauk. pr. Vol. 32. Kyiv : Milenium, 349-357.
  13. Yakobson, P. M. (1964). Psihologiya hudozhestvennogo vospriyatiya. Moskva. : Iskusstvo.
  14. Maldonado T. (1979). Disegno industriale: un riesame: Definizione, storia, bibliografia. Milano.

**Kostyuchenko O. V. Perceptual principles of design as a creative activity in the industry of beauty and fashion.** The article analyzes the concepts of "design", "design in the industry of beauty and fashion" as a creative design of artistic activity, process and result artistic-technical design fashion products, is focused on achieving the complete compliance created for fashion objects and environments in General utilitarian and aesthetic needs of users, and a significant increase in the competitiveness of the fashion products. The place and the role of the creative and adaptive capacities of perception in design as a holistic and integrated technological and artistic development the objective of the complex and multifaceted reality, adaptation to changing conditions, in particular in the field of beauty and fashion, as well as discovering their own potential, worldview, tastes, and design positions. Special attention is focused on the fact that in the artistic-creative process design, creative perception and artistic perception is the basis of the creative combining of ideas, images, creative improvisation, when automatically commit the new object; the vision of the whole and the parts, the outer form and the inner essence of things, known to unknown, unknown to known, individual and universal in a single object. Noted that creative and aesthetic perception of the designer, full playback features of the perceived world design will attract the designer's creative activities and Vice versa in creative cognitive activity there is a new perception of the subject and social world.

**Keywords:** design, designer, beauty and fashion, creativity, perception, artistic perception, aesthetic perception.

*Отримано 2.03.2017*

---

**УДК: 159. 954: 82**

**Кривопишина Олена Анатоліївна**

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТВОРЧОЇ ОСОБИСТОСТІ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ**

**Кривопишина О. А. Особливості розвитку соціального інтелекту творчої особистості юнацького віку.** У статті подано результати емпіричного дослідження психологічних особливостей розвитку соціального інтелекту творчої особистості юнацького віку;