

данной ситуации первоначал. Концепт решения базируется на этих первоначалах и в итоге разрабатывается для удовлетворения критериев заказчика. Таким образом, созданная Кроссом схема показывает, как дизайнеры мыслят и действуют для решения проектной проблемы.

### **Заключение**

В четвёртой главе книги Н. Кросса «Дизайн-мышление: осознание того, как мыслят и работают дизайнеры» развивается тема дизайн-мышления креативных дизайнеров. Автор приходит к выводу о том, что особое мышление дизайн-специалистов раскрывается в присущих им чертах характера, стиле работы и дизайн-стратегиях, используемых инновационными дизайнерами в проектной деятельности.

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ**

1. Cross N. Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work. Oxford: Bloomsbury, Berg, 2011. P. 63-72.
2. Meaning of First Principles in English [Electronic resource]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/first-principles> (date of access: 01.09.2022).

### **КОММУНИКАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В МЕТОДИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИЗАЙНА КОСТЮМА И ТКАНЕЙ**

### **COMMUNICATIVE COMPETENCIES IN TEACHING METHODS OF COSTUME AND FABRIC DESIGN**

***В.С. Крыса***

***V. Krysa***

Белорусский государственный университет  
Минск, Беларусь  
Belarusian State University  
Minsk, Belarus  
*e-mail: kafedramoda@mail.ru*

Статья описывает проблемы коммуникативного образования студентов по специальности «дизайн костюма и тканей». Рассматриваются коммуникативные аспекты в дизайне одежды.

The article describes the problems of communicative education of students majoring in costume and fabric design. Communicative aspects in fashion design are considered.

*Ключевые слова:* дизайн одежды; дизайнеры костюма и тканей; легкая промышленность, мода.

*Keywords:* clothing design; costume and fabric designers; light industry, fashion.

Повышение уровня качества образования является одной из актуальных проблем для всего мирового сообщества. Решением данной проблемы является модернизация содержания образования, оптимиза-

ция способов и технологий организации образовательного процесса и, конечно, переосмысление цели и результатов образования [1, с. 311].

Исходя из этого, преподаватель делает выбор в пользу новых технологий и компетенций в преподавании как на лекционных занятиях, так и на практических, лабораторных и семинарских занятиях. Одной из основных компетенций в преподавании дизайна костюма и тканей является коммуникативная, которая относится к базовым компетенциям в образовании. И состоит она из лингвистической, социолингвистической, социокультурной (умение пользоваться полученными знаниями об истории, культуре, традициях), дискуссионной (умение составить речь, поддержать беседу, слушать другого человека, учитывать его точку зрения), стратегической (умение достигать поставленной цели), социальной [1, с. 311].

Дизайн одежды преподается с различных сторон – это не только развитие творческих способностей студентов, обучение выполнению определенных технологических и конструкторских операций, но и на сегодняшний день – развитие коммуникативных навыков и способностей. Коммуникативная компетенция отражается в учебных программах по профильным дисциплинам: дизайн-проектированию и моделированию костюма, костюмографике, конструированию и технологии швейного производства, дизайну делового имиджа и других, а затем непосредственно на учебных занятиях. Коммуникативные навыки дают возможность будущим специалистам более быстрой самореализации, успешной деятельности в современном быстро меняющемся мире.

Работодатели отмечают, что молодым специалистам не всегда хватает навыков коммуникации, которые включают в себя информационную, социально-коммуникативную, предпринимательскую компетенции, способности по решению различных проблем, стремление к самобразованию и профессиональному росту [2, с. 58].

Сегодня рынок труда требует от выпускников не только безупречного владения профессией, но и высоких деловых и личностных качеств специалиста. Успешная работа современного специалиста сферы услуг невозможна без понимания способов взаимодействия людей, работающих на одном предприятии либо во взаимодействующих сферах. Поэтому при подготовке дизайнеров применение коммуникативных компетенций заключается в развитии у них таких качеств, как инициативность, способность к групповой работе, коммуникативность [2, с. 59].

Формирование коммуникативной компетенции у будущих дизайнеров происходит благодаря использованию деятельностного подхода, так как он дает возможность развивать самостоятельную активность каждого студента. Изначально предполагается совместная образовательная

деятельность «преподаватель-студент», а затем самостоятельная, в основе которой лежит практическое решение вопросов. «Выбор методов формирования коммуникативных навыков должен обуславливаться целями обучения, содержанием учебного материала, профессиональной мотивацией студентов, необходимостью вырабатывания коммуникативных навыков и умений, нужных в практической деятельности» [1, с. 312].

На учебных занятиях развитию данных навыков у дизайнеров одежды способствуют:

- выполнение заданий в группах, таких как снятие мерок, пошив изделий на одnogруппников либо заказчиков, проведение примерок изделий, создание совместных проектов и т.д.

- проведение круглых столов, семинаров, во время которых создаются различные проблемные ситуации либо ставятся вопросы для решения и обсуждения;

- общение с представителями фэшн-индустрии во время экскурсий, проведения мастер-классов;

- общение со специалистами предприятий легкой промышленности во время выездных занятий, а также во время прохождения производственной практики;

- участие в различных фэшн-мероприятиях;

- работа с фотографами, парикмахерами, визажистами во время проведения фотосессий.

Все эти формы работы позволяют студентам самостоятельно решать вопросы и проблемы, возникающие в процессе общения друг с другом либо с представителями фэшн-индустрии, а также в будущем с работодателями и коллегами.

Целью коммуникативного подхода является создание условий для заинтересованности студентов в изучении дисциплин специальности через накопление и расширение их знаний и практического опыта. Ребята должны быть готовы пользоваться ими для реальной коммуникации вне учебных аудиторий и занятий.

Благодаря использованию коммуникативных компетенций при подготовке будущих дизайнеров, учащиеся учатся правильно вступать в контакт с незнакомыми людьми, грамотно задавать вопросы, в том числе уточняющие, которые направлены на правильное понимание запросов клиентов, для исключения конфликтных ситуаций, правильной презентации и рекламе собственного продукта [2, с. 59].

Подводя итог, следует отметить, что коммуникативная компетенция – это способность находить и поддерживать новые контакты в про-

фессиональной сфере. Это возможно благодаря совокупности определенных знаний, навыков, опыта, которые позволяют обеспечить эффективное общение и взаимодействие. Направленность учебного процесса на установление личностно-ориентированного взаимодействия – одно из основных условий развития коммуникативной компетентности.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ**

1. Щербакова Е.Е. Развитие коммуникативных способностей студентов с позиции компетентного подхода // Труды НГТУ им. Р.Е. Алексеева Нижний Новгород: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева», 2010. № 2 (81). С. 311-318.
2. Фокина И.В. Развитие коммуникативных умений студентов // Управление образования: теория и практика. М.: ООО «Курс образования», 2015. №1 (17). С. 57-65.

### **СИМВОЛИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ ПРОДУКТОВ ДИЗАЙНА В МЕТОДОЛОГИИ ОФФЕНБАХСКОЙ ШКОЛЫ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ**

#### **THE SYMBOLIC FUNCTION OF DESIGN PRODUCTS IN THE METHODOLOGY OF THE OFFENBACH SHAPING SCHOOL**

*А.В. Лагойко*

*A.V. Lagoyko*

Белорусский государственный университет  
Минск, Беларусь  
Belarusian State University  
Minsk, Belarus

*e-mail: anastasiyalagoyko@gmail.com*

Статья посвящена анализу символической функции продуктов дизайна в методологии Оффенбахской школы формообразования, которая была введена и разработана немецким теоретиком дизайна и дизайнером Йохеном Гроссом. В статье дается хронологическое описание событий, итогом которых стал Оффенбахский подход.

The article is devoted to the analysis of the symbolic function of design products in the Offenbach School of Design methodology, which was introduced and developed by the German design theorist and designer Jochen Gross. The article also provides a chronological description of the events that resulted in the Offenbach approach.

**Ключевые слова:** символическая функция; теория языка продукта; Оффенбахский подход; расширенный функционализм; семантический поворот; знак; символ.

**Keywords:** symbolic function; product language theory; the Offenbach approach; extended functionalism; semantic turn; sign; symbol.