

компетентності, сприяє підвищенню рівня пізнавальної активності суб'єктів навчання.

УДК 502

Фордзюн Ю.І.<sup>1</sup>, к.т.н., доцент, [yurijford@gmail.com](mailto:yurijford@gmail.com),

Андреєва О.А.<sup>2</sup>, д.т.н., професор, [andreyevaolga@rambler.ru](mailto:andreyevaolga@rambler.ru)

<sup>1</sup>Мукачівський державний університет, <sup>2</sup>Київський національний університет технологій та дизайну

### **КОМФОРТНІСТЬ СИСТЕМИ «ВЗУТТЯ-СПОЖИВАЧ (СТОПА)-СЕРЕДОВИЩЕ», ЯК БАЗОВА ОСНОВА ВИХОВАННЯ, МИСЛЕННЯ ТА БУТТЯ В СТИЛІ «ЕКО»**

Символи «сліду» та «зеленої планети» добре відомі, не дивлячись на те, що можуть бути представлені в найрізноманітніших образах, адже несуть єдиний зміст – формування екологічної концепції щодо відповідальності людини перед природою. Очевидним є факт, що відповідне чорно-біле зображення «символу» буде дещо «притупляти» сприйняття проблематики існуючих наслідків діяльності людства перед матінкою природою, як і безпідставна присутність відповідної символіки. Причина очевидна символ - це образ, він як і слова, поняття є продуктом розумової діяльності людини, так званої другої сигнальної системи, що дозволяє розвивати, виключно, теоретичні уявлення стосовно екологічних проблем. Іншими словами сприйняття подібної інформації може здійснюватися візуально або на слух. Безперечно теоретичні уявлення завдяки мисленню дозволяють виховувати, розвивати, культивувати та формувати екологічну культуру. На наш погляд модель пізнання комфортності системи «взуття-споживач(стопа)-середовище» може бути

ефективно використана для формування еко свідомості сучасної людини. Дана модель наглядно демонструє існуючий дуалістичний характер взаємодії людини та природи, для забезпечення нагальної утилітарної потреби людства у взутті.



Мал.1.Комунікаційна модель комфортності системи «взуття-споживач(стопа)-середовище», як складова системи еко свідомості сучасної людини.

Відчуття босоніж беззаперечно є найкомфортнішим під час сну, відпочинку, для сидячого способу діяльності в закритому приміщенні, звичайно, за умови фізіологічно комфортних температур для людини. Однак впродовж активної фази, що складає не менше третину доби, людина змушена використовувати взуття для захисту ніг, що, безперечно, тягне за собою відповідні екологічні проблеми пов'язанні з виготовленням, споживанням та утилізацією взуття. Практично кожна людина у власному гардеробі, попри недоношене, немодне взуття може в окрему групу виділити непотрібне. Такий непотріб нашого буття слід розглядати, як наслідок конкурентної боротьби виробників (продавців) взуття за споживача. В ході еволюції взуття накопичені знання та досвід розвиваються та ще в більшій мірі використовуються для просування відповідної продукції на споживчому ринку. Для прикладу, інтернет он-лайн портал [www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com) презентуючи найновіші моделі кросівок полегшеної конструкції пропонує наступну рекламу: «носіння моделі **Vivobarefoot** імітує ходьбу босоніж (mimic what it's like to be barefoot).

Пересічному споживачеві, звісно, важко зробити правильний вибір в умовах подібної інформаційної компанії.

Питання відповідності інтересів між *виробником* та *споживачем*, в контексті комфорту, комфортності, як споживчого показника якості взуття (анг. *comfort, comfortable, comfy...*), його інформаційного забезпечення в тому числі рекламування, потребує відповідного регулювання. Нами запропоновано психофізіологічну концепцію оцінки комфортності взуття в системі «взуття – споживач - середовище», за якою своє уявлення (споживче очікування, мотивацію) щодо властивостей взуття споживач набуває під час чуттєвого (відчуття і сприйняття) та абстрактного або логічного (сприйняття і уявлення) пізнання, при цьому домінуючими в оцінці комфортності взуття є *психічні відчуття споживача*. Така модель відповідає базовим засадам теорії поведінки споживача, головними елементами якої вважаються сприйняття (відчуття), накопичений досвід та цільові настанови (стимул). Модель в основі якої лежить раціональний підхід щодо вибору взуття відповідає вимогам еко свідомості.



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>