

Festival», проходившей в учреждениях СПО и ВПО г. Екатеринбурга и Свердловской области, а также в общеобразовательных школах и в системе дополнительного образования детей (детские школы искусств, детские музыкальные школы и т.д.).

В 2014 году на основе анализа апробации организации рекламной кампании музыкального фестиваля *Winter Music Festival* была определена ее роль в развитии эстетического вкуса молодежи: изучен опыт проведения рекламной кампании; разработано планирование расчета затрат на ее проведение; поэтапная разработана содержание рекламной кампании по продвижению музыкального фестиваля; создан коллектив из специалистов в области педагогики, менеджмента и маркетинга; выполнены расчеты затрат на рекламную кампанию; проведен анализ работы, подведены итоги и сделаны соответствующие выводы, необходимые для учета в дальнейшей работы.

*Библиографический список:*

1. Климова, Г.П., Климов, В.П. Эстетический вкус как проектная культура и творчество личности [Текст] : монография / Г.П. Климова, В.П. Климов. – Екатеринбург : РГПУ, 2013. – 114 с.

2. Академия. Философская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy)

С.И. Егорова (Самара)

## **СОЦИАЛЬНОЕ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ АВАНГАРДНОГО НАПРАВЛЕНИЯ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА**

*Авангард* (фр. *avantgarde* – передовой отряд) в искусствоведении – совокупность пестрых и многообразных новаторских, революционных, бунтарских движений и направлений, прежде всего, в художественной культуре XX в. [1].

Дизайн начинает формироваться в начале XX века, но даже будучи новым для культуры и промышленности явлением, эта область профессиональной деятельности обнаруживает существование авангардного направления. Едва устоялись определенные правила и представления о дизайне одежды, появились дизайнеры, готовые их отрицать, предлагая свои методы и образы.

Авангардный дизайн XX века во многом был направлен на решение тех или иных проблем, четко связан с определенными социальными преобразованиями. Работы В. Степановой и А. Экстер предполагали создание одежды, адекватной новым социальным и экономическим условиям. Э. Скиапарелли,

М. Куант и П. Карден искали стилистическое выражение «духа времени», работая «на опережение». В последние десятилетия XX – начале XXI века ситуация усложнилась. Многообразие тенденций, сложность социальных и культурных явлений, череда экономических и политических кризисов определили неоднозначность концепций, глубокий индивидуализм, неожиданность технического исполнения работ современными дизайнерами авангардного направления. Среди них – представители японской ветви деконструктивизма – Р. Кавакубо, Й. Ямамото, а также Р. Оуэнс, Г. Пью и др. Существование подобных разработок представляется далеким от практики, от реального производства и потребления. Объект авангардного дизайна может быть демонстрацией уровня творческого мышления и конструкторских способностей дизайнера, но лишен коммерческой составляющей – например, концепция фестиваля авангардного дизайна и искусства «Мамонт» предполагает, что коллекция одежды рассматривается исключительно как объект искусства, а ее презентация – как перформанс. Однако существование авангардного дизайна не ограничивается презентацией профессионального уровня дизайнера, иначе бы само существование этого направления оказалось под угрозой.

В чем же смысл и социальное значение создания и презентации авангардных коллекций одежды? Формы, которые шокировали зрителей, критиков и байеров на показах несколько лет назад, сегодня стали неотъемлемой частью прет-а-порте и уличной моды. Их популяризировали не только звезды шоу-бизнеса, но и дизайнеры прет-а-порте, адаптирующие новые идеи к промышленному производству. Без вливания новых идей производство одежды рисковало бы превратиться в бесконечную рекомбинацию знакомых элементов с той или иной степенью декорирования, что происходит на локальных предприятиях без компетентного дизайнера. Например, открытые швы и необработанные срезы существуют в арсенале любой современной марки, рассчитанной на молодежь, однако в период 70-х и 80-х годов, когда Й. Ямамото и Р. Кавакубо [7] предложили рассматривать незавершенность как особую эстетику, это вызвало шквал критики и недоумения.

Таким образом, одна из задач – создание новых трендов и тенденций, обеспечивающих дальнейшее развитие дизайна одежды. Дизайнеры, находящиеся в авангарде моды, первыми улавливают непопулярные и малоизвестные социальные идеи, привлекая к ним внимание и расширяя до общеизвестных и даже общезначимых. Даже в упрощенном виде одежда, созданная с определенными идеями и намерениями, может определять поведение и стиль жизни. Так асексуальность и крайняя интеллектуальность, в дизайне продвигаемые

Р. Кавакубо, Х. Аккерманом и коммерчески успешным М. Джейкобсом, в первое десятилетие XXI века из маргинального становятся широко известным и общественно принятым явлением. В условиях размывания гендерных рамок дизайнеры создают либо гендерно нейтральную одежду, либо обыгрывают те или иные особенности, предполагая, что человеческая личность может существовать вне стереотипных представлений о гендерной принадлежности. Радикальность образов, созданных П. Мором на Неделе моды в Берлине [4], вызывает множество споров и дискуссий – модели с волосами, спрятанными под имитирующий бритую голову парик, и наклеенной бородой, демонстрировали формально традиционную одежду с вероятной отсылкой к облачениям дервишей. П. Мор заявляет, что предпочел бы не делить людей как мужчин и женщин, а видеть «человека вообще».

Так авангардный дизайн выполняет задачу формирования новых общественных идей и концепций, нового образа человека в культуре. Причем, отправной точкой творческого поиска может являться не образ, а проблема – очевидная или неожиданная. Чаще всего она кажется незаметной, и сама презентация обращает внимание на неудобство привычных конструкций, алгоритмов и методов. Решение этой проблемы всегда остроумно и одновременно рационально.

На сегодняшний день популярность набирает кастомайзинг, повторное использование старых вещей. Огромные масштабы производства изделий легкой промышленности, быстрое «моральное устаревание» вещей и их физическое разрушение с течением времени, тревожащее ощущение, что шкафы в квартирах и полки магазинов завалены ненужными вещами, вопрос ограниченности ресурсов и проблем внешней среды – все это ставит перед дизайнерами проблему вторичного использования вещей. Одним из первых использование старых вещей как материала начал практиковать бельгийский дизайнер М. Марджела [6], заслуживший в девяностых годах в глазах критиков репутацию одного из самых скандальных авангардных дизайнеров. Он осознал, что из-за обилия подделок, наводнивших рынок, иллюзию счастливого потребления получили не только представители верхней прослойки общества, но даже покупатели с доходом ниже среднего, тем самым произошло обесценивание значимости бренда. Соответственно, главным и самым мощным оружием для получения признания становится индивидуальное лицо вещи. Марджеле принадлежит оригинальный дизайн пиджаков, сотканых из трех различных типов тканей, создание свитеров из материала старых армейских носков, куртки из переброенных платьев, платья из старых кожаных пальто и т.д.

Авангардный дизайн предлагает нетривиальные решения распространенных проблем. Нередко дизайнеры используют инновационные материалы, не используемые широко в промышленности или же конкретно в области дизайна одежды. Так становятся понятны особенности применения того или иного материала, недостатки его технологических или эстетических качеств.

А. ван Эрпен, известная своей работой над костюмами Л. Гаги, одной из первых стала использовать в дизайне костюма углеводородное волокно и 3D-печать [5]. Отдельные дизайнеры применяли 3D-моделирование и печать прототипов, но не создание конечного продукта с помощью 3D-печати. После первых опытов с обувью на Неделе высокой моды в Париже весной 2013 года она представила коллекцию платьев, выполненных с помощью обновленной технологии 3D-печати, адаптированной для создания более динамичных форм. Прежде 3D-печать позволяла создавать объекты из однородного по структуре материала, лишённые гибкости. В. Эрпен в коллекции «Эскапизм» использует технологии, ранее не применявшиеся в промышленности, демонстрируя не только сам факт их инновационности, но и широкие эстетические возможности. Разнообразие форм и фактур, сосуществование в рамках одной коллекции, как сложных объектов, так и аккуратных коктейльных платьев. Вероятно, дальнейшее развитие технологий 3D-печати может повлиять на промышленное производство одежды и аксессуаров.

Так или иначе, но авангардный дизайн – своего рода плацдарм для испытаний материалов, новых и непривычных для легкой промышленности.

Иногда идейное содержание проекта может быть не связано с созданием чего-то принципиально нового или решением существующих проблем, но с постановкой новых вопросов. Шокирующие дизайнерские решения могут обращать внимание на ту или иную общественную или историческую проблему. Так, в коллекции «Насилие над Шотландией», А. МакКуин однозначно высказывается на тему политической зависимости Шотландии и британской агрессии, тем самым обозначив свою гражданскую позицию [9]. Также в одной из своих ранних коллекций он декорирует платья мертвой саранчой, чтобы изобразить бедствие, ставшее причиной неурожая в Африке.

Таким образом, создание и особенно презентация авангардных коллекций одежды может быть ярким социальным и даже социально-политическим актом, направленным, как любое актуальное искусство, на повышение интереса общественности и государства к обозначенной проблеме. Особенно распространена в этом плане тема проблем окружающей среды, дефицита ресурсов и использования кожи и меха. Например, молодой исландский дизайнер С. Рехт призывает

к разумному использованию природных ресурсов и более близкому, менее «цивилизованному» контакту человека и природы [3]. Его куртки из шкурок мертворожденных ягнят, футболки из паутины, аксессуары с использованием найденных перьев и частей кожи, удаленной при операциях, не только шокируют, но и заставляют задуматься о рациональном использовании того, что дает природа.

Как видно из вышеуказанных примеров, авангардный дизайн выполняет следующие задачи: создание новых трендов, новых форм и методов кроя для промышленности; формирование новых социальных и культурных тенденций, нового образа человека; предложение вариантов решения различных технологических, конструктивных, творческих и социальных проблем; исследование технологических и эстетических качеств новых, непривычных для легкой промышленности материалов; привлечение внимания к той или иной социальной, политической, экологической проблеме. Из этого следует, что значение авангардного дизайна одежды не ограничивается демонстрацией творческих способностей и мастерства дизайнера, а также обслуживанием нужд шоу-бизнеса. За внешней экстравагантностью могут скрываться серьезные, социально значимые идеи, а значит, существование авангардного дизайна как проводника принципиально новых эстетических и технологических решений не только оправдано, но и необходимо.

*Библиографический список:*

1. Новая философская энциклопедия: в 4 т. [Текст] / Председ. научно-ред. совета В.С. Степин. – М. : Мысль, 2000-2001, Т.1. – 630 с.
2. *Паломо-Ловински, Н.* Мода и модельеры [Текст, иллюстрации] / Н. Паломо-Ловински. – Москва : Арт-Родник, 2011. – 192 с.
3. *Батлер, Энди.* Коллекция мужской одежды от Срули Рехта [Электронный ресурс] / Энди Батлер. – Режим доступа : <http://artpart.org/kollekciya-muzhskoj-odezhdy-ot-sruli-rehta/#axzz2mWp4vFXG>
4. *Кукиева, А.* 3D-принтеры: спасение или... [Электронный ресурс] / А. Кукиева. – Режим доступа : <http://thefrontrow.kz/review/3d-printery-spasenie-ili-ubiica-mody/>
5. *Лангенберг, А.* Мартин Марджела – «Заратустра моды» на службе нового шика [Электронный ресурс] / А. Лангенберг. – Режим доступа: [http://www.be-in.ru/people/572-martin\\_marzhela\\_martin\\_margiel/](http://www.be-in.ru/people/572-martin_marzhela_martin_margiel/)
6. *Максимова, Н.* Рей Кавакубо [Электронный ресурс] / Н. Максимова. – Режим доступа: <http://bookmagazinerussia.ru/jap/outstanding/rei-kawakubo>
7. *Мор, П.* Шоу «А мы бритые?» [Электронный ресурс] / П. Мор // Интернет-журнал DRESSPECT. – Режим доступа: <http://blog.dresspect.com.ua>

8. *Третьякова, Т. Rick Owens: в тени противоречий* [Электронный ресурс] / Т. Третьякова. – Режим доступа: <http://bookmagazinerussia.ru/dark/out-standing/rick-owens-v-teny-protivorechiy>

9. *Юдина, Е. Александр МакКуин* [Электронный ресурс] / Е. Юдина. – Режим доступа: <http://www.peoples.ru/art/fashion/cutur/mcqueen/>

И.А. Щербакова (Екатеринбург)

## **РОЛЬ ИНТЕРАКТИВНОГО ТЕАТРА В ВОСПИТАНИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ У ДОШКОЛЬНИКОВ**

Дошкольный возраст – уникальный период интенсивного, всестороннего развития ребенка. В этом возрасте закладываются начальные ключевые компетенции дошкольника, в том числе коммуникативная. *Коммуникация* – обмен информацией между живыми организмами, способность находить общий язык со сверстниками, взрослыми, окружающими людьми.

Современное общество предъявляет высокие требования к коммуникативной деятельности человека. Обществу нужны творческие личности, которые могут нестандартно мыслить, грамотно выражать свои мысли, находить решения в любых жизненных ситуациях. В «Федеральных государственных требованиях к структуре основной общеобразовательной программы дошкольного образования» особое внимание уделяется развитию у детей именно коммуникативных компетенций [4].

В дошкольном возрасте легко приобретаются новые знания, сохраняются и удерживаются сформированные умения и навыки. Однако в настоящее время коммуникативное развитие детей вызывает тревогу. Эпоха инновационных технологий, современных гаджетов стали заменять детям родителей, общение, игровую деятельность, тактильные ощущения. У детей нарушается коммуникативное формирование речи, ухудшается внимание, память, повышается утомляемость, сужается кругозор, снижается тактильный контакт. Ребенок перестает общаться с окружающими, теряя навыки построения грамотной связной речи, с большим трудом справляется с творческой деятельностью, замыкается в себе, заменяет игры со сверстниками компьютерными. Научить ребенка играть, брать на себя роль, приобретать жизненный опыт и, главное, облагородить жизнь человеческим общением и тактильными взаимодействиями может интерактивный театр.

Интерактивность (от англ. «*interaction*») означает «взаимодействие». *Интерактивный театр* – новое явление для современного мира. Классический