

кутюрье. И надо сказать, что сами они носят не то, что показывают на подиуме, а то, что удобно.

Пока дизайнерская одежда доступна немногим, только небольшой группе людей, вращающихся в модных кругах России и за рубежом. Поэтому Российские дизайнеры заняты разработкой индивидуального стиля клиента, к тому же модельер вынужден заниматься экономическими вопросами. Нужны специалисты по маркетингу моды, а также результаты исследований, отслеживания моды, ее направлений.

И пока общество не поймет, что *мода – это источник дохода для государства*, наши молодые дизайнеры будут по-просту «вариться в собственном соку», занимаясь организацией показов, маркетинговыми исследованиями, коммерческими и рекламными вопросами и т. п., одним словом, всем, кроме творчества.

*О. А. Бакеркина*

г. Екатеринбург

## **Совершенствование подготовки студентов в области дизайна одежды кафедрой ДОП РГППУ**

Востребованность на рынке труда в России и, в частности, в Уральском регионе дизайнеров, узкоспециализирующихся на производстве одежды, в настоящее время не соответствует количеству выпускаемых специалистов.

Кроме того, получение образования и диплома еще не означает получения соответствующей квалификации, отвечающей мировому уровню товарного качества. Промышленная база России по производству одежды в настоящее время плетется далеко в хвосте практически всей мировой легкой промышленности, а мелкие частные производства не имеют соответствующей материальной базы и не способны принять количество

выпускаемых специалистов, так как предпочитают использовать наработки других стран для производства одежды, предлагаемой на внутренний рынок.

В связи с этим, мне кажется, необходимо откорректировать подход к подготовке студентов в области дизайна одежды, тем более, что соответствующая кафедра дизайна одежды и прически (Российский государственный профессионально–педагогический университет) обладает потенциалом для решения этого вопроса.

К настоящему времени в области проектирования и производства одежды сложились три основные квалификационные ступени:

- *кутюрье* – специалисты высокой моды, предлагающие возможные тенденции развития модной индустрии как таковой;
- *дизайнеры одежды* – собственно инженеры, работающие в сфере производства готовой одежды;
- *стилисты* – специалисты по созданию имиджа.

Поэтому, чтобы не допустить перевыпуска специалистов, а также «заблочивания» в развитии системы образования на кафедре, и для более широкого применения полученных знаний на практике, следует более серьезно проанализировать ситуацию третьей ступени.

Тем более что специализация «стилист» в настоящее время широко востребована крупными, средними и мелкими предприятиями и фирмами в плане создания и поддерживания корпоративного стиля; большим количеством публичных людей по формированию их индивидуального имиджа; салонами и фирмами, специализирующимися на оказании консультативных услуг населению в вопросах стилевой комплектации одежды, а также крупными и мелкими торговыми предприятиями, остро нуждающимися в специалистах такого уровня.

Стилист – это специалист, обладающий огромным комплексом знаний в вопросах истории моды, культуры одежды и этикета, особенностей жестких правил того или иного стиля, возможностей межстилевой эклектики, о психологических типах людей, последних тенденциях развития моды,

коллекциях, предлагаемых мировыми брендами, особенностях отношения к одежде в разных странах, психологии цвета и так далее.

В настоящее время в подготовке дизайнеров, как правило, формируется *«отчужденный»* взгляд на одежду, то есть студенту предлагается разработка той или иной коллекции одежды без привязки к конкретному образу. Костюм рассматривается как комплект вещей вне человека для абстрактной фигуры. В большинстве случаев в определении *«костюм»* отсутствуют понятия обувь, аксессуары, головной убор, прическа, макияж, окружающая среда и так далее.

Нам представляется этот подход устаревшим, неэффективным.

Во-первых, *одежду нельзя рассматривать в отрыве от конкретного человека*, так как любое производство предметов одежды предполагает использование ее человеком в определенных условиях и согласно определенным социальным, возрастным, половым и тому подобным особенностям.

Во-вторых, *любая торговая марка должна предложить варианты комплектации и использования своей продукции* в целях ее быстрой реализации, что является условием существования цепочки: *производитель – торговый посредник – потребитель*. Мы имеем не мало примеров крупных брендов, производящих одежду, аксессуары, парфюмерию одновременно.

Вот здесь и возникает острая потребность в высококвалифицированных специалистах, способных соединить предложения во всех отраслях модной индустрии в одном конкретном образе для одного конкретного человека (или группы людей, если речь идет о корпоративном стиле).

На этапе образовательной подготовки такого специалиста кафедра дизайна одежды и прически обладает огромным преимуществом перед выпускающими кафедрами других учебных заведений, так как имеет в своем активе возможность обучения студентов в области дизайна одежды, причёсок, макияжа.

Исходя из того, что *стилист – это профессионал, способный создать законченный образ*, представляется возможным экспериментально использовать творческий потенциал кафедры на уровне курсового и дипломного проектирования, предлагая студентам в разработку имидживые темы, предполагающие участие минимум двух специалистов: дизайнера одежды и дизайнера причесок.

В итоге это приведет к умению будущих выпускников работать в связке со специалистами смежных сфер, а также их более широкой профессиональной востребованности на современном рынке труда, что, в свою очередь, поднимет престиж кафедры, а также, возможно, создаст предпосылки к социальному заказу по целевой подготовке специалистов такого направления с условием их гарантированного трудоустройства.

*С. З. Гончаров*

г. Екатеринбург

## **Использование идей И. А. Ильина в художественном воспитании дизайнеров**

В художественном образовании, отмечает Ильин, преподается почти все, кроме главного – основ искусства. Техника учит лишь умению пользоваться возможностями и средствами искусства. В обращении же к цели, к предмету и художественности люди предоставляются на произвол судьбы. Например, в художественных академиях преподавалась натура, перспектива, анатомия, композиция, идущая «не от художественного предмета, а от насыщения или не насыщения полотна образами, т. е. теория использования и упорядочения живописно-пространственного объема; но «практика насыщения души живописца предметным содержанием, но теория и практика рождения картины из художественного предмета, но практика сердца, совести, духовного видения, национального чувства, молитвы – не