

Научный журнал «Костюмология» / Journal of Clothing Science <https://kostumologiya.ru>

2019, №4, Том 4 / 2019, No 4, Vol 4 <https://kostumologiya.ru/issue-4-2019.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/03IVKL419.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Амиржанова А.Ш., Флерко Е.Д. Психологические и методологические аспекты процесса дизайн-проектирования (на примере разработки образа в русском стиле) // Научный журнал «Костюмология», 2019 №4, <https://kostumologiya.ru/PDF/03IVKL419.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Amirzhanova A.Sh., Flerko E.D. (2019). Psychological and methodological aspects of the design process (for example, the development of an image in the Russian style). *Journal of Clothing Science*, [online] 4(4). Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/03IVKL419.pdf> (in Russian)

УДК 377

ГРНТИ 18.07.03

**Амиржанова Анна Шугаевна**

ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет», Омск, Россия

Доцент

Кандидат педагогических наук, доцент

E-mail: [aina71@bk.ru](mailto:aina71@bk.ru)

РИНЦ: [https://elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=568855](https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=568855)

**Флерко Екатерина Дмитриевна**

ФГБОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет»

Филиал в г. Омске, Омск, Россия

Магистрант

E-mail: [ekaterinaflerko@yandex.ru](mailto:ekaterinaflerko@yandex.ru)

## Психологические и методологические аспекты процесса дизайн-проектирования (на примере разработки образа в русском стиле)

**Аннотация.** В представленной статье авторы рассматривают процесс дизайн-проектирования с перспектив как методологии дизайна, так и психологии. Процесс создания дизайн-продукта принято считать процессом личным, творческим и даже хаотическим, и потому не подлежащим систематизации. Хотя иногда это соответствует действительности, такая стереотипизация процесса дизайна как «непознаваемого» вредит, на наш взгляд, прежде всего с точки зрения образования дизайнеров. Если творческий процесс невозможно объяснить, ему, следовательно, невозможно и обучить. Подробное рассмотрение психологии и методологии процесса создания дизайнерского продукта (костюма в русском стиле) позволяют создать эффективные программы для обучения дизайнеров. Такой подход дает возможность начинающим дизайнерам получить общее представление о творческом процессе и в дальнейшем адаптировать его под свой уникальный стиль работы. Также авторы предприняли попытку произвести анализ сознательных и подсознательных этапов творческого процесса с целью получения наиболее целостной картины работы дизайнера. На основе проведенного анализа был составлен графический алгоритм процесса дизайн-проектирования, предусматривающий как осознанные действия дизайнера, так и психологические процессы, происходящие неосознанно, понимание которых необходимо для более эффективной работы дизайнера. Вместе с тем, по мнению авторов, предписанные алгоритмы действия не следует применять в строгой последовательности, так как часто бывает так, что подготовительный этап начинается не с выбора творческого источника, а с современной модели одежды, которую

дизайнер преобразовывает для создания оригинального образа в русском стиле. Таким образом, авторы считают, что полученный алгоритм особенно актуален в качестве исходного материала для разработки программ профессионального образования дизайнеров.

**Ключевые слова:** образ; русский стиль; дизайн-продукт; модельер; декор; мышление; идея; проектирование; декор

Для создания гармоничного и современного образа в русском стиле необходимо найти баланс между привнесением в дизайн русских традиций и соответствием современным тенденциям и пониманию прекрасного. Для достижения этой цели существует множество путей.

Исследуя дизайн костюма и творческий процесс дизайнера можно выделить несколько основных составляющих дизайна, в продумывании которых и состоит процесс проектирования любого изделия или образа. Вот неполный список этих составляющих: форма, пропорции, конструкция, деталь, технология, цвет, фактура, рисунок (графика на ткани, выполняемая в различных техниках). Конкретный список составных элементов, которые продумывает дизайнер в процессе проектирования уникален для каждого и зависит от уникального авторского стиля работы.

### **Цель исследования**

На основе исследований в области методологии дизайна, психологии и техник креативности создать алгоритм процесса создания дизайнерского продукта на примере разработки образа в русском стиле.

### **Материал и методы исследования**

Процесс создания дизайн-продукта принято считать процессом личным, творческим и даже хаотическим, и потому не подлежащим систематизации. Хотя иногда это соответствует действительности, такая стереотипизация процесса дизайна как «непознаваемого» вредит, на наш взгляд, прежде всего с точки зрения образования дизайнеров. Если творческий процесс невозможно объяснить, ему, следовательно, невозможно и обучить. Подробное рассмотрение психологии и методологии процесса создания дизайнерского продукта позволяют создать эффективные программы для обучения дизайнеров. Такой подход позволяет начинающим дизайнерам получить общее представление о творческом процессе и в дальнейшем адаптировать его под свой уникальный стиль работы. В рамках дополнительного профессионального образования систематизация и анализ творческих процессов позволяет профессионалам увидеть, возможно, существующие недостатки в собственном подходе к творческому процессу и найти способы его усовершенствования [1].

В рамках данной статьи процесс создания дизайн-продукта (костюм в русском стиле) рассматривается с методологической и с психологической стороны. Таким образом, создается общий алгоритм, опирающийся на исследования психологов, дизайнеров и других исследователей в области креативного мышления, который включает в себе как осознанно предпринимаемые шаги, которые связаны с намерением и планированием, так и подсознательные, не воспринимаемые напрямую даже самим творцом, о которых, тем не менее, необходимо знать для осознанного планирования творческого процесса в целом.

Творческая деятельность специалистов в области дизайна подчиняется общим закономерностям творческого процесса включает в себя осознаваемые и не осознаваемые

этапы, сменяющие друг друга. Дизайнерская идея в процессе своего формирования проходит череду сознательных и подсознательных процессов [2].

С точки зрения психологии творческий процесс дизайнера можно описать через следующие этапы: подготовка ---> фрустрация ---> инкубация ---> инсайт ---> разработка идеи ---> воплощение.

Первый этап – подготовка – связан, прежде всего, с мотивацией, побуждением создать что-то новое в костюме. Характер этой мотивации – будь то найденная неудовлетворенная потребность потребителя или просто творческая потребность в создании нового – определяет направление и цель дальнейшей работы [3].

Этап подготовки начинается с осознания актуального для данной проблемы накопленного опыта, на основе которого начинается осознанный сбор информации по теме, поиск вариантов формулировки цели и задач разработки и возможных вариантов их решения.

По мнению директора парижской дизайн-школы Марии Риччи, мода – это, прежде всего, проектирование в уме. Модельер логически прорабатывает и анализирует идею как в целом, так и отдельные элементы, собирает дополнительную информацию.

В сущности, в процессе подготовки происходит формирование, углубление, детализация и прояснение образа идеи, придание ей первичной структуры, пусть нечеткой, пусть нужной только для того, чтобы в процессе последующих этапов измениться да неузнаваемости. Все что нужно дизайнеру для успешного прохождения этапа подготовки – видеть, слышать, чувствовать и анализировать [4].

В нашем примере дизайнерского проекта по созданию образа в русском стиле этап подготовки в обязательном порядке включает изучение тематики и выбор творческого источника (или нескольких источников), его осмысление и анализ. Сам выбор источника может многое сказать об индивидуальности дизайнера. Наиболее прямолинейный подход, часто используемый в образовательных программах различного уровня – выбрать в качестве источника собственно традиционный русский костюм. Тщательный анализ формы, комплектности, технологий и декора традиционного костюма представляют собой неисчерпаемый источник для дизайнерского переосмысления, и почти всегда безошибочно идентифицируется, особенно образованным зрителем, как прямая отсылка к русской культуре.

Еще одно направление работы – пожалуй, самое популярное – использование источников из материальной культуры, не связанных напрямую с костюмом. Прежде всего это цитирование и интерпретация графики традиционных промыслов, таких как хохлома, гжель, дымковская игрушка и многих других. Сам перенос декора из различных отраслей декоративно-прикладного искусства в костюм многие считают проявлением дурного вкуса, но нельзя отрицать, что именно такие произведения наиболее прямо и очевидно для всех заявляют о своей «русскости», что само по себе может быть целью дизайнерской разработки.

В этом направлении так же вполне возможно работать и менее «очевидно», если это необходимо для поставленной задачи. Выбор менее изученного дизайнерами источника или максимальная творческая переработка известного позволят отойти от стереотипного восприятия русского стиля [5].

Третье направление выбора отправной точки для создания образа в русском стиле – образно-ассоциативный творческий источник, не имеющий выраженной визуальной составляющей. Этот подход, вероятно, самый сложный так как требует глубинного понимания русской культуры и принципов современного костюма, а также развитого ассоциативного мышления. Именно этот подход использовали заслужившие всеобщее признание японские дизайнеры, такие как Рей Кавакубо и Йоджи Ямамото. Практически не используя цитирование

визуальных проявлений японской культуры (которая за десятилетия использования была сильно искажена западными интерпретаторами, что так же очень нам знакомо) они смогли передать в своих работах философию и мироощущение своей родины, существенно повлияв на восприятие Японии в мире [6].

Второй этап творческой деятельности, выделяемый психологами – фрустрация, относится скорее к сознательным процессам, но при этом практически не зависит от воли дизайнера. Переход к этапу фрустрации ощущается как столкновение с некой преградой в творческом процессе. Эту преграду можно рассматривать как своего рода границу познания и развития. Создание нового невозможно только через анализ старого, поэтому фрустрация наступает, когда после сбора всей необходимой информации дизайнер не находит удовлетворяющего его решения поставленной задачи.

Тема русского стиля, в том числе и в костюме, развивается уже не первое столетие как русскими дизайнерами, так и зарубежными интерпретаторами. Вполне закономерно, что на определенном этапе творческого процесса кажется, что ничего нового в этой области создать уже нельзя.

Переживание фрустрации, которую иногда называют так же «муками творчества» тем сильнее, чем больше мышление дизайнера опирается на стереотипные установки и жесткие рамки. Для специалиста, осведомленного об исследованиях в области психологии творческого процесса, фрустрация служит сигналом для реорганизации деятельности. На этом этапе важно осознать, какие именно преграды мешают дальнейшему развитию идеи, сформулировать стереотипы, которые сковывают мышление дизайнера, понять, какой информации недостает для оформления.

Следующий этап творческого процесса – инкубация – относится к подсознательным этапам. Подсознательное осмысление идеи не уникально для этого этапа и начинается, скорее всего, еще на ранних стадиях подготовки. Уникальность этапа инкубации состоит в том, что именно на этом этапе именно подсознательные, иррациональные процессы преобразуют идею, позволяют найти новые интерпретации и пути воплощения.

В процессе инкубации ключевая роль отводится тому объему опыта и информации, который дизайнер накопил в прошлом. Если в опыте есть подходящие образы и решения, они займут свое место в структуре развиваемой идеи. Другим принципиальным условием, определяющим успешность этапа инкубации, является качество прохождения этапа подготовки. Доскональное исследование источника может компенсировать недостаток опыта в конкретной области, но не наоборот [7].

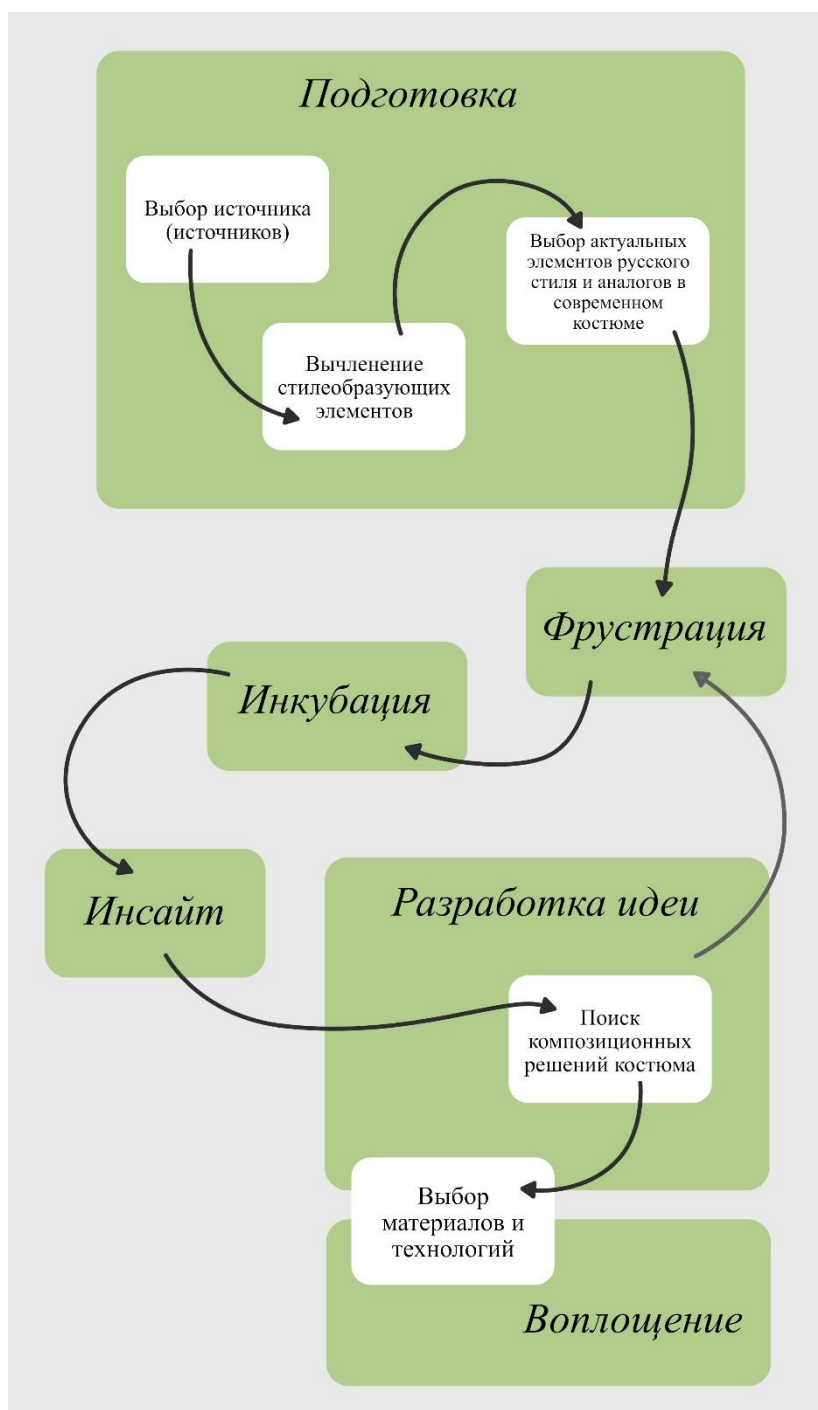
В зависимости от психологических особенностей, некоторым людям трудно осознанно отказаться от попыток решить проблему только рациональными средствами и «передать» ее в область бессознательного. По нашему мнению, именно в таких случаях и именно на этом этапе творческого процесса могут оказаться полезными различные медитативные и аналогичные им техники, которые в последнее время активно популяризируются как универсальный способ улучшить свои творческие способности.

Период инкубации завершается самым кратковременным и самым отчетливым этапом творческого процесса – инсайтом – который представляет собой поступление в сферу осознанного новой идеи, варианта решения проблемы. Этот этап характеризуется позитивными бурными эмоциями, оживлением, эйфорией.

Инсайт не всегда напрямую осознается автором как получение новой идеи, и может не быть зафиксирован в виде эскиза или вербально. Скорее он осознается как возможность получить недостающий элемент, который дополнит идею, но этот момент возможно упустить.

С точки зрения психологии, момент инсайта представляет собой мгновенное переструктурирование внутреннего образа, перестроение понимания задачи и решения [8].

Разработка идеи считается завершающим этапом творческого процесса, в ходе которого происходит проверка истинности инсайта. Дизайнер ищет ответы на вопросы «Будет ли это работать?», «Соответствует ли это цели и задачам?», «Насколько вариативное это решение?». В зависимости от результатов такой проверки дизайнер либо возвращается к этапу фрустрации, либо переходит к воплощению финальной идеи. На стадии воплощения решающую роль играют навыки, умения, техника и материальные ресурсы, анализ которых большей частью оказывается вне компетенции психологов (рис. 1).



**Рисунок 1.** Графический алгоритм процесса разработки дизайн-проекта на примере создания образа в русском стиле

Понятно, что не все этапы можно систематизировать и спланировать. Основные этапы, которые имеет смысл рассмотреть более подробно для создания алгоритма – подготовка и разработка идеи.

### Результаты исследования

На основе изучения психологии творческого процесса и специфики создания костюма в русском стиле был разработан алгоритм, графически представленный на рисунке 1.

Как уже было сказано, не все этапы творческой деятельности поддаются строгой алгоритмизации, поэтому «психологический» творческий процесс выделен в отдельный визуальный фоновый слой, в котором для некоторых этапов предписываются конкретные действия, осознанно предпринимаемые дизайнером.

Алгоритм начинается с большого блока этапа подготовки, в который входят выбор источника или источников, вычленение из источника стилеобразующих элементов русского стиля и выбор тех из них, с которыми будет производиться дальнейшая работа. Сюда же относится работа по исследованию современных трендов и готовых решений модной одежды, с целью получить максимально убедительное сочетание традиции и современности.

Далее на схеме показаны этапы фрустрации, инкубации и инсайта. Хотя эти «внутренние» этапы творческого процесса трудно направить сознательно и невозможно описать в виде алгоритма, важно осознавать их необходимость, например, чтобы опознать чувство фрустрации как сигнал к реорганизации деятельности и действовать соответствующе.

В качестве конкретного действия для этапа разработки идеи предлагается поиск композиционных решений костюма, например, методом комбинаторики. Комбинаторный подход хорошо исследован специалистами в области методологии дизайна [9, 10] и позволяет разработать множество решений на основе одной идеи, таким образом максимально используя ресурс инсайта и проверяя его потенциал.

Этап выбора материалов и технологий на схеме расположен на границе этапов разработки идеи и воплощения, так как, хотя он имеет непосредственное отношение к выполнению финального изделия, доступность тех или иных материалов может коренным образом преобразовать композиционное решение костюма, и поэтому этот пункт нельзя исключать из этапа разработки идеи. После разработки идеи, в зависимости от результатов данного этапа дизайнер, согласно алгоритму, либо возвращается к этапу фрустрации, либо переходит к воплощению идеи.

Предписанные алгоритмом действия не всегда следует соблюдать в строгой последовательности, например, нередко этап подготовки начинается не с выбора творческого источника в русском стиле, а с современной актуальной модели одежды, которую автор в дальнейшем преобразовывает для получения оригинального образа в русском стиле, или даже с нахождения заинтересовавшего дизайнера рисунка ткани, и в таком случае сам материал становится мотивацией к разработке.

### Выводы и заключение

Разработанный в данной статье алгоритм является результатом синтеза психологии и методологии дизайна, что позволяет по-новому, более цельно взглянуть на процесс дизайнерского проектирования. Алгоритм полезен как на индивидуальном уровне, так и для создания образовательных программ профессиональной подготовки дизайнеров.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Толмачева Г.В., Амиржанова А.Ш. Дополнительное профессиональное образование взрослых в контексте социального заказа // Омский научный вестник. 2016. 2 (126). С. 272.
2. Килошенко М. Психология моды. СПб: Речь, 2001. 192 с.
3. Amabile T.M. The Social Psychology of creativity. New York: Springer-Verlag, 1983. 302 с.
4. Тарасова А.Г. Проектирование арт-объектов: учебное пособие для вузов / А.Г. Тарасова. Екатеринбург: РГППУ, 2015. 74 с.
5. Савельев Ю.Р., Н.В. Султанов. Теория и практика русского стиля // Академик Императорской Академии художеств Н.В. Глоба и Строгановское училище / [отв. ред. Т.Л. Астраханцева] / НИИ теории и истории изобразит, искусств РАХ, МГХПА им. С.Г. Строганова. М.: Индрик, 2012. С. 49–68.
6. Глебова Т.О., Матевосян А.С. Концептуальный дизайн одежды и интерпретация народных мотивов в его рамках // Universum: Филология и искусствоведение. 2016. №6(28).
7. Evans R., Russel P. The Creative Manager: Finding Inner Vision and Wisdom in Uncertain Times. San Francisco: Jossey-Bass, 1992. 260 с.
8. Роджерс К. К теории творчества. Взгляд на психотерапию. М.: Прогресс, 1994. 342 с.
9. Эдвард де Боно. Искусство думать: Латеральное мышление как способ решения сложных задач. М.: Альпина Паблишер, 2015. 172 с.
10. Дмитриева Л.М., Шишова Н.В. Методы формирования креативных идей в рекламе // Омский Научный Вестник. 2010. №3 (88).

**Amirzhanova Aina Shugaevna**

Omsk state technical university, Omsk, Russia  
E-mail: aina71@bk.ru

**Flerko Ekaterina Dmitrievna**

Russian state vocational and pedagogical university  
Omsk branch, Omsk, Russia  
E-mail: ekaterinaflerko@yandex.ru

## **Psychological and methodological aspects of the design process (for example, the development of an image in the Russian style)**

**Abstract.** In this article, the authors consider the design process from the perspective of both the design methodology and psychology. The process of creating a design product is considered to be a personal, creative and even chaotic process, and therefore not subject to systematization. Although sometimes this is true, such a stereotyping of the design process as “unknowable” is harmful, in our opinion, primarily from the point of view of the education of designers. If the creative process cannot be explained, it is therefore impossible to educate him. A detailed examination of the psychology and methodology of the process of creating a designer product (costume in the Russian style) allows you to create effective programs for training designers. This approach allows beginner designers to get a general idea of the creative process and further adapt it to their unique work style. The authors also attempted to analyze the conscious and subconscious stages of the creative process in order to obtain the most holistic picture of the designer. Based on the analysis, a graphic algorithm of the design process was compiled, which provides for both conscious actions of the designer and psychological processes that occur unconsciously, the understanding of which is necessary for the designer to work more efficiently. At the same time, according to the authors, the prescribed algorithms of action should not be applied in strict sequence, since it often happens that the preparatory stage begins not with the choice of a creative source, but with a modern model of clothing that the designer transforms to create an original image in the Russian style. Thus, the authors believe that the resulting algorithm is especially relevant as a source material for developing professional education programs for designers.

**Keywords:** image; Russian style; design product; fashion designer; decor; thinking; idea; design; décor



## REFERENCES

1. Tolmacheva G.V., Amirzhanova A.Sh. Dopolnitel'noe professional'noe obrazovanie vzroslykh v kontekste sotsial'nogo zakaza // Omskiy nauchnyy vestnik. 2016. 2 (126). S. 272.
2. Kiloshenko M. Psikhologiya mody. SPb: Rech', 2001. 192 s.
3. Amabile T.M. The Social Psychology of creativity. New York: Springer-Verlag, 1983. 302 s.
4. Tarasova A.G. Proektirovanie art-ob"ektov: uchebnoe posobie dlya vuzov / A.G. Tarasova. Ekaterinburg: RGPPU, 2015. 74 s.
5. Savel'ev Yu.R., N.V. Sultanov. Teoriya i praktika russkogo stilya // Akademik Imperatorskoy Akademii khudozhestv N.V. Globa i Stroganovskoe uchilishche / [otv. red. T.L. Astrakhantseva] / NII teorii i istorii izobrazit, iskusstv RAKH, MGKHPA im. S.G. Stroganova. M.: Indrik, 2012. S. 49–68.
6. Glebova T.O., Matevosyan A.S. Kontseptual'nyy dizayn odezhdy i interpretatsiya narodnykh motivov v ego ramkakh // Universum: Filologiya i iskusstvovedenie. 2016. №6(28).
7. Evans R., Russel P. The Creative Manager: Finding Inner Vision and Wisdom in Uncertain Times. San Francisco: Jossey-Bass, 1992. 260 s.
8. Rodzhers K. K teorii tvorchestva. Vzgl'yad na psikhoterapiyu. M.: Progress, 1994. 342 s.
9. Ehdvard de Bono. Iskusstvo dumat': Lateral'noe myshlenie kak sposob resheniya slozhnykh zadach. M.: Al'pina Publisher, 2015. 172 s.
10. Dmitrieva L.M., Shishova N.V. Metody formirovaniya kreativnykh idey v reklame // Omskiy Nauchnyy Vestnik. 2010. №3 (88).