

Научный журнал «Костюмология» <https://kostumologiya.ru>

2017, №4, Том 2 (октябрь, ноябрь, декабрь) <https://kostumologiya.ru/vol2-no4.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/03KL417.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Сокерина С.В. Идеи и образы в модной индустрии: истоки творчества // Костюмология, 2017 №4, <https://kostumologiya.ru/PDF/03KL417.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 677.08, 008.009

Сокерина Светлана Вячеславовна

ФГБОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», Россия, Пермь¹
Аспирант
E-mail: svsockerina@mail.ru

Идеи и образы в модной индустрии: истоки творчества

Аннотация. Креативный, творческий подход в индустрии моды – одна из базовых компетенций модельеров и дизайнеров. Базовой целью творческого процесса является создание новых образов, формирование которых подчас затруднено и именно рождение идеи и ее развитие позволяет найти новый образ, отличный от других моделей. При этом, иногда рождение новых идей и образов происходит легко и свободно как будто идея родилась еще раньше, иногда – их созданию способствует вдохновение дизайнера или работа над образом, которая включает в себя поиск идеи и ее воплощение в реальный образ, интересный для потребителя.

Главной задачей автора статьи является определение источников творческого процесса для создания идей и образов в модной индустрии. Автором представлена классификация источников креативного, творческого подхода, обозначены техники формирования нестандартного инновационного мышления, которые позволят начинающим дизайнерам и модельерам расширить возможности для творчества, создавая новые модели и образы, развивать свои профессиональные компетенции и достигать нового уровня профессионального развития. Профессиональным дизайнерам и модельерам статья может быть полезна в целях повышения осознанности того, как у них рождаются идеи и создаются новые образы, которые перевоплощаются в новые, современные модели.

Ключевые слова: дизайн одежды; идеи и образы в модной индустрии; креатив в индустрии моды

В современном мире, скоростном и активном, влекущим за собой изменения во всех сферах жизни, значимую роль играет креативный, творческий подход. Мы решаем сложные задачи, мы находим новые, более оптимальные решения, мы находим новое решение уже известной темы, мы создаем нечто новое, кажущееся порой непонятным, а порой очень нестандартным и опережающим ожидания потребителей. В сфере дизайна одежды креативный, творческий подход – базовая компетенция дизайнеров и модельеров. Сложно представить индустрию моды без новых образов и идей, в основе которых поиск и вдохновение, интуиция и рациональность, цикличность и образность, традиции и свобода.

В рамках проведенного нами исследования мы задались вопросом «откуда берутся идеи и образы», которые воплощаются в модели. Что способствует изменениям в индустрии моды,

¹ 614900, Пермь, Комсомольский проспект, 29, кафедра «Менеджмент и Маркетинг»

ведь и законодатели моды и производители моделей, которыми мы пользуемся ежедневно, находятся в постоянном поиске идей, совершенствуя созданное ранее и создавая новые модели. Что важно знать модельерам и дизайнерам, чтобы быть успешными в своей сфере и радовать нас новыми необычными образами, которые мы сможем как видеть на подиумах высокой моды, так и использовать в повседневной жизни.

Изучение научных публикаций дало понимание, что к поиску идей и образов можно выделить следующие подходы:

- традиционный;
- закономерный и логичный;
- нестандартный;
- ультрасовременный (порой – экстремальный).

При это первые три источника чаще всего представляют собой эволюционный подход, базируясь на созданных и применяемых ранее технологиях поиска решений. Завершающий – ультрасовременный подход – таит в себе революционные аспекты, меняя наше представление о дизайне моды и актуальных тенденциях этой индустрии.

Традиционными могут быть признаны те источники творческих идей и образов, которым мы следуем, вдохновляясь чьими-то идеями и образами, следуя по тому пути, который был определен «идущими впереди».

Среди традиционных источников можно выделить:

1. *модные тенденции*, которые предоставляют возможность использовать элементы и детали уже созданных образов:

- пользующиеся популярностью (например, ретро-детали, футуристические элементы [8] и пр.);
- модные тенденции «прошлых лет», которые позволяют вернуться к «прошлым идеям» (фасонам) [9], так как в индустрии моды достаточно часто можно встретить образ из «забытого старого»;
- новинки сезона (законодатели моды определяют новые тенденции в индустрии).

С. С. Бушуева исследуя цикличность развития моды, определяет ее закономерностью этого процесса, в рамках которой происходит смена модных стандартов и модных инноваций [2]. С. В. Валиулина, исследуя и прогнозируя модные тенденции, отмечает, что в костюме происходит множество повторений и совпадений через определенные исторические промежутки времени. Так «силуэт формы костюма как знак имеет выделенный период времени, поскольку смены силуэтов цикличны. Такой временной период составляет 22 года (по Т. В. Козловой), 12-14 лет для легкой одежды (по Г. И. Петушковой). Силуэт формы костюма проявляется в геометрической структуре формы и некотором наборе ценностей – психологических, социальных, экономических, а также в визуальной эстетической ценности пространственно-пластического образа, то с опорой на сам силуэт, то с опорой на ткань, то с опорой на движение фигуры носителя и его поведение» [3].

2. *стили известных дизайнеров* (техники и приемы, которые используют профессиональные модельеры, понимание которых позволяет нам добавить колорита в наш стиль).

3. *особенности среды* (средовая специфика).

Е. И. Рузова считает, что средовая специфика способствует рождению новаторских подходов в проектировании костюмов. «Костюм, а скорее, его элементы, мыслятся как дополнительные атрибуты общей образной концепции проектируемой временной среды всевозможных праздничных театрализованных мероприятий – шоу, фестивалей, презентаций; экспозиционной среды; специализированной интерьерной и городской среды, офисной среды и т. д.» [11].

4. *«социальный заказ».*

Н.Ю. Масленцева отмечает, что иногда модный стиль является выражением «социального заказа» на определенный образ и стиль жизни. «Так, романтический стиль «new look» К. Диора в 1950-х гг. отразил острую потребность в возврате к «истинной женственности» и изяществу уставшей от войн и разрушений Европы. Этот стиль вновь напомнил о мире и стабильности, где женщины – прекрасны, потому что хрупки и элегантны» [6].

5. *идеи «из вне»:* поиск идей в журналах, на показах мод, в интернете (социальных сетях, профессиональных дискурсах) с привнесением изменений по цвету, конструкции образа, фурнитуре, ткани и пр., анализ профессионального совершенствования коллег-дизайнеров и модельеров и осознанность их идей.

6. *традиционные черты, культурные особенности* (например, у костюма – символичность, мифологичность, космологичность), на основе которых, обыгрывая некоторые детали, можно придавать традиционный колорит. Т. Б. Норбоева отмечает, что, скрывая в себе креативный потенциал, костюм дает возможность модельерам подчеркнуть нечто новое, трансформировать ретроспективные элементы и представить их в новом образе [9].

К **закономерным и логичным источникам** следует отнести те источники новых образов, которые следуют вслед за развитием технологий в одежде и изменением запросов потребителей:

1. *новинки ассортимента тканей.*

М. В. Назарова, М. В. Давыдова считают, что изменения в ассортименте тканей способствует творческому инновированию, рождению новых идей [8]. Изучение свойств новых тканей позволяет создать новые образы, экспериментировать с сочетанием тканей, использованием в лучшем варианте их характеристик.

2. *новый образ, достигнутый посредством небольшого улучшения имеющегося образа, «эволюции найденных ранее направлений»* [6], с опорой на те тенденции, которые востребованы потребителем.

3. *развитие своих компетенций в распределении пропорций, в тектонике формы и материалов, в создании гармоничных образов и конструкций одежды* и с каждым новым уровнем в развитии компетенций будут появляться новые образы. Е. И. Рузова отмечает, что архитектурный подход угадывается у дизайнеров «высокой моды» в стремлении к красоте чистых линий, отсутствию ненужных деталей, ясности формообразования, грамотности применения технических и технологических инноваций [11].

4. *развитие своих компетенций в расширении ассоциативного ряда и творческих способностей* (например, посредством использования бионики [10] в дизайне одежды) (рис. 1).



Рисунок 1. Использование бионического подхода в дизайне одежды (по материалам сайта художника-модельера Ольги Поляковой <http://olgapolyakova.pro/bionics/>) [10]

Обозначенные источники для поиска творческих идей и образов названы закономерными и логичными, потому что они связаны с развитием и выходом на новый виток развития смежных к сфере дизайна одежды сфер или профессиональных компетенций.

К **нестандартным** источникам поиска творческих идей и образов можно отнести:

1. *чувствование веяния времени.*

Функциональность, комфорт, повседневность моды, универсальность, поиск личности во времени, пространстве, интерпретации свободы, элементы нонкомформизма, маргинальности, по мнению Н. Ю. Масленцевой, являются тенденциями, присущими моде 21 века [6]. Ж. А. Фот, Г. К. Жумина отмечают, что модным тенденциям можно давать долгосрочные прогнозы, которые описывают настроения и эмоции этого периода, на их появление и развитие влияют политические и культурные события, новинки в технологиях и других аспектах жизни, и краткосрочные прогнозы, которые вытекают из мега-тенденций (например, тенденция «cocooning» (кокон), связанная с ощущением опасности, незащищенности человека перед силами природы, социальными/политическими катаклизмами, проблемами отношений людей в обществе и пр.). От этого мега-тренда возникают другие направления: возвращение к истокам, героизм и храбрость, натуральность, историзм и пр. [12].

2. *поиск идей в окружении, вдохновение образами, озарение.*

Бьянка Луини, молодой итальянский дизайнер, видит красоту во всем, что ее окружает. «Она находит новые идеи для дизайна одежды и мейкапа в архитектуре и живописи, в пейзажах...» [4] (рис. 2).





Рисунок 2. Ассоциативный подход в дизайне одежды (по материалам сайта <http://fishki.net/1288934-gde-cherpajut-vдохновение-dizajneru-vysokoj-mody.html>)[4]

Умение видеть образы, улавливать элементы, трансформировать их суть в некие образы, перенося получившийся образ в некую форму – уникальная компетенция дизайнера, модельера одежды.

Что может вдохновлять? Природа, люди, коммуникации, транспорт, спортивный зал, пролетающий мимо самолет... Что вдохновляет Вас? Какой образ «зацепляет» взгляд и не отпускает? Даже если Вас пока не посетила новая идея в одежде – собирайте понравившиеся образы, которые Вы нашли вокруг Вас и со временем они могут помочь создать уникальный образ новой модели.

3. сочетание несочетаемого.

Н. Ю. Масленцева отмечает, что амбивалентность феномена моды, ее двойственность, основана на неустойчивости социальных идентичностей, базирующейся на противостоянии женственности и мужественности, работы и игры, конформности и нонконформности, элитарности и демократичности [6]. Е. И. Рузова в своем исследовании приводит в пример «авангардного модельера» Кардена, который создавал одежду и аксессуары с деталями из искусственных материалов – металла и пластика – символов технического прогресса того времени. «Его новаторские идеи раздвигали горизонты традиционных подходов в проектировании одежды и модных аксессуаров». Карден удачно экспериментировал с формой, кроем, сочетанием материалов, геометрическими линиями одежды и рисунка тканей [11].

4. соединение стилей.

Т. Б. Норбоева описывает стиль японского дизайнера Кензо, который сочетал в своих образах простой покрой кимоно и скандинавских, южноамериканских, восточных элементов, японские ткани в цветочек – с шотландской клеткой, китайская жакетка с воротником стойкой и с белыми хлопковыми оборками в стиле кантри. Модельер активно использует испанские болеро, индейскую бахрому, русские косоворотки и меховые шапки [9].

5. *творчество в рамках «своей» темы, темы, которая вдохновляет, продолжение «начатого», «недосказанного», возможно совмещенного с чем-то, или доработанного и пр.*

В. В. Андреева отметит, что для реализации творческого подхода посредством нестандартных инструментов необходимо развивать ассоциативное мышление, которое позволит устанавливать ассоциативные связи между источником информации и личным восприятием с последующим поиском формообразующих принципов одежды [1].

К нетрадиционным, а порой и экстремальным и революционным источникам, но в тоже время, инновационным и согласованным с изменениями в социуме, можно отнести:

1. *Новые технические разработки.*

Е. И. Рузова, исследуя источники поиска креативных идей, отмечает, что классические составляющие одежды отходят на второй план, уступая свое место доминированию элементов костюма с применением новинок технического прогресса (например, вживление «медиановинок»). Средства техники подсознательно воспринимается как прямое продолжение тела человека и одежда трактуется дизайнерами, прежде всего, как современное средство коммуникации с внешним миром посредством интегрирования в нее медийных устройств [11].

2. *Новые технологические разработки.*

А. А. Маслов посвящает свое исследование тенденциям развития инновационных технологий в модной индустрии будущего, выделяя ряд перспективных тенденций, среди которых одежда со встроенными светодиодами, интерактивный текстиль, ткань со встроенными солнечными батареями, охлаждающая ткань и пр. [7]. Е. И. Рузова приводит в пример работу дизайнеров «L. L. Bean» и «Marks & Spencer», которые создают фасоны одежды из особой ткани, сделанной компанией «Nano-Tech», основанные на технологиях космической отрасли. Рубашки из ткани «Nano-Tech» выглядят и ощущаются на теле как обычные хлопковые или шелковые, но при этом не пропускают влагу. Кроме того, такая ткань не намагничивается и не притягивает к себе мелкие частички пыли» [11].

Таким образом, поиск идей и образов – результат творческого процесса. Не вызывает сомнений, что в основе процесса создания новых образов – совершенное знание профессиональных основ (н-р, знание правил текстильного дизайна [13] и пр.) и желание развиваться, основанное на поиске «своего образа», который может быть одновременно с этим интересен и определенному кругу потребителей. Лидия Елинер, кандидат искусствоведения, отмечает, что не менее важный вопрос – для кого предназначается данная коллекция и какие потребности она должна удовлетворять [5]. Ведь никто не мог предположить еще 10 лет назад, что рабочая форма у работников автодорожной сферы, может иметь светоотражающий эффект. Возможно, что-то уже сегодня позволит Вам создать новый образ или зародит зернышко идеи для последующих «произведений искусства» в индустрии моды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева В. В. Методы развития креативного мышления у студентов направления «Дизайн костюма» на основе исследования творческой деятельности представителей Русского Авангарда [Текст] // В. В. Андреева / Бизнес и дизайн ревю. – 2016. – Т.1. – № 2 (2). – С. 13.
2. Бушуева С. С. Теории циклического развития моды [Текст] // С. С. Бушуева / Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2012. – Т. 21. – № 3. – С. 62-67.

3. Валиулина С. В. Опыт прогнозирования модных тенденций [Текст] // С. С. Валиулина / Градостроительство и архитектура. – 2011. – № 3. – С. 120-122.
4. Где черпают вдохновение дизайнеры высокой моды [Электронный ресурс] // Электрон.дан. – Режим доступа: <http://fishki.net/1288934-gde-cherpajut-vdohnovenie-dizajnerj-vysokoj-mody.html>, свободный – Загл. с экрана.
5. Как стать дизайнером одежды, советы для начинающих дизайнеров [Электронный ресурс] // Электрон. дан. – Режим доступа: <http://myfashionschool.ru/kak-rozhdayutsya-kollekcii-odezhdy/>, свободный – Загл. с экрана.
6. Масленцева Н. Ю. Социологический анализ тенденций моды [Текст] // Н. Ю. Масленцева / Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. – 2011. – № 8. – С. 92-97.
7. Маслов А. В. Тенденции развития инновационных технологий в модной индустрии будущего [Электронный ресурс] // А. В. Маслов / Peer-reviewed materials digest (collective monograph) published following the results of the CXXXII International Research and Practice Conference and III stage of the Championship in Philology Trends of language cultures development through the prism of correlation between their communicative functions and cultural-historical significance (London, November 10 – November 15, 2016) – Режим доступа: <http://gisap.eu/ru/node/117488>, свободный – Загл. с экрана.
8. Назарова М. В. Создание технологии изготовления тканей, соответствующей новым модным тенденциям [Текст] // М. В. Назарова, М. В. Давыдова / Современные наукоемкие технологии. – 2008. – №10. – С. 40.
9. Норбоева Т. Б. Феноменология традиционного костюма в современной моде [Текст] // Т. Б. Норбоева / Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2011. – № 5-4. – С. 130-133.
10. Откуда дизайнеры черпают идеи? Бионика в дизайне одежды [Электронный ресурс] // Электрон. дан. – Режим доступа: <http://olgapolyakova.pro/bionics/>, свободный – Загл. с экрана.
11. Рузова Е. И. Высокие технологии в высокой моде (Влияние инновационных достижений на современный подход в дизайне одежды) [Текст] // Е. И. Рузова / Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. – 2010. – № 1. – С. 242-249.
12. Фот Ж. А. Прогнозирование модных тенденций как фактор конкурентоспособности швейного предприятия [Текст] // Ж. А. Фот, Г. К. Жумина / Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы. Омский государственный институт сервиса. – 2015. – С. 76.
13. Чураков С. Н. Ресурсы текстильного дизайна в индивидуализации коллекции «Прет-А-Порте». Коллекция «NUDE» [Текст] // С. Н. Чураков, М. Р. Тимофеева / Международный студенческий научный вестник. – 2016. – № 2. – С. 183. <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=15888>, свободный.

Sokerina Svetlana Vyacheslavovna

Perm national research polytechnical university, Russia, Perm
E-mail: svsookerina@mail.ru

Ideas and images in the fashion industry: the origins of creativity

Abstract. Creative, constructive approach to the fashion industry is one of the basic competences of couturiers and designers. The basic purpose of the creative process is the creation of new images, which are sometimes difficult, and the birth of the idea and its development enables you to find a new way, different from other models. At the same time, sometimes the birth of new ideas and images occurs easily and freely as if the idea was born even earlier, sometimes their creation contributes to the inspiration of a designer or work on the way, which includes finding ideas and its embodiment in real image, which is interesting for the consumer.

The main task of the author of the article is to identify the sources of creative process to create ideas and images in the fashion industry. The author classifies sources of creative approach, there is marked the formation technique of non-standard innovative thinking that will enable starting designers and couturiers to expand the opportunities for creativity, making new models and images, develop their professional competences and achieve a new level of professional development. This article may be useful for professional designers and couturiers in order to increase awareness of how they give birth to ideas and create new images that transform into new, modern models

Keywords: clothes design; ideas and images in fashion industry; creativity in fashion industry

REFERENCES

1. Andreeva V. V. Metody razvitiya kreativnogo myshleniya u studentov napravleniya «Dizayn kostyuma» na osnove issledovaniya tvorcheskoy deyatelnosti predstaviteley Russkogo Avangarda [Tekst] // V. V. Andreeva / Biznes i dizayn revyu. – 2016. – T.1. – № 2 (2). – S. 13.
2. Bushueva S. S. Teorii tsiklicheskogo razvitiya mody [Tekst] // S. S. Bushueva / Tekhniko-tekhnologicheskie problemy servisa. – 2012. – T. 21. – № 3. – S. 62-67.
3. Valiulina S. V. Opyt prognozirovaniya modnykh tendentsiy [Tekst] // S. S. Valiulina / Gradostroitel'stvo i arkhitektura. – 2011. – № 3. – S. 120-122.
4. Gde cherpayut vdokhnovenie dizaynery vysokoy mody [Elektronnyy resurs] // Elektron.dan. – Rezhim dostupa: <http://fishki.net/1288934-gde-cherpajut-vdohnovenie-dizajnery-vysokoj-mody.html>, svobodnyy – Zagl. s ekrana.
5. Kak stat' dizaynerom odezhdy, sovery dlya nachinayushchikh dizaynerov [Elektronnyy resurs] // Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <http://myfashionschool.ru/kak-rozhdayutsya-kollekcii-odezhdy/>, svobodnyy – Zagl. s ekrana.
6. Maslentseva N. Yu. Sotsiologicheskii analiz tendentsiy mody [Tekst] // N. Yu. Maslentseva / Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta. Sotsial'no-ekonomicheskie i pravovye issledovaniya. – 2011. – № 8. – S. 92-97.
7. Maslov A. V. Tendentsii razvitiya innovatsionnykh tekhnologiy v modnoy industrii budushchego [Elektronnyy resurs] // A. V. Maslov / Peer-reviewed materials digest (collective monograph) published following the results of the CXXXII International Research and Practice Conference and III stage of the Championship in Philology

- Trends of language cultures development through the prism of correlation between their communicative functions and cultural-historical significance (London, November 10 – November 15, 2016) – Rezhim dostupa: <http://gisap.eu/ru/node/117488>, svobodnyy – Zagl. s ekrana.
8. Nazarova M. V. Sozdanie tekhnologii izgotovleniya tkaney, sootvetstvuyushchey novym modnym tendentsiyam [Tekst] // M. V. Nazarova, M. V. Davydova / Sovremennye naukoemkie tekhnologii. – 2008. – №10. – S. 40.
 9. Norboeva T. B. Fenomenologiya traditsionnogo kostyuma v sovremennoy mode [Tekst] // T. B. Norboeva / Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki. – 2011. – № 5-4. – S. 130-133.
 10. Otkuda dizaynery cherpayut idei? Bionika v dizayne odezhdy [Elektronnyy resurs] // Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <http://olgapolyakova.pro/bionics/>, svobodnyy – Zagl. s ekrana.
 11. Ruzova E. I. Vysokie tekhnologii v vysokoy mode (Vliyanie innovatsionnykh dostizheniy na sovremennyy podkhod v dizayne odezhdy) [Tekst] // E. I. Ruzova / Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik MGKhPA. – 2010. – № 1. – S. 242-249.
 12. Fot Zh. A. Prognozirovanie modnykh tendentsiy kak faktor konkurentosposobnosti shveynogo predpriyatiya [Tekst] // Zh. A. Fot, G. K. Zhumina / Ekonomika sfery servisa: problemy i perspektivy. Omskiy gosudarstvennyy institut servisa. – 2015. – S. 76.
 13. Churakov S. N. Resursy tekstil'nogo dizayna v individualizatsii kollektzii «Pret-A-Porte». Kolleksiya «NUDE» [Tekst] // S. N. Churakov, M. R. Timofeeva / Mezhdunarodnyy studencheskiy nauchnyy vestnik. – 2016. – № 2. – S. 183. <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=15888>, svobodnyy.