

РАЗДЕЛ IV

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ СИБИРИ

УДК 7.021

*Т. Е. Ланге,
методист студии моды и искусства,
Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)*

*Е. И. Балакина,
кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии и дизайна,
Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия).*

РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКОЙ ФАНТАЗИИ ДИЗАЙНЕРОВ ОДЕЖДЫ В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ МУДБОРДА

В статье раскрывается вопрос развития творческой фантазии будущих специалистов в области дизайна одежды, которым предстоит работа в современной индустрии моды в условиях стилевого и эстетического разнообразия, корпоративной и экономической конкуренции. Авторы характеризуют специальную педагогическую технологию создания мудборда как творческий инструмент двойного действия: первый практический шаг к построению коллекции и конструктивно-поисковую деятельность, развивающую фантазию и образное мышление.

Ключевые слова: дизайн одежды, мудборд, образ, стиль, фантазия.

T. E. Lange,

methodologist, Fashion Art Studio, Altai State University (Barnaul, Russia)

E. I. Balakina,

candidate of Culturology, associate Professor of the Department of cultural studies and design, Altai state University (Barnaul, Russia).

DEVELOPING THE CREATIVE IMAGINATION OF FASHION DESIGNERS IN THE PROCESS OF CREATING A MUDBOARD

The article reveals the issue of developing the creative imagination of future specialists in the field of fashion design, who will have to work in the modern fashion industry in conditions of stylistic and aesthetic diversity and the corporate and economic competition. The authors characterize the special pedagogical technology of creating a mudboard as a creative tool of double action: the first practical step to building a collection and constructive search activity that develops imagination and imaginative thinking.

Keywords: fashion design, mudboard, image, style, fantasy.

Сфера дизайна одежды переживает в современной России своего рода возрождение. В немалой степени этому способствует алогичность и непредсказуемость современной культуры, в которой стремительно разворачиваются переходные процессы рубежа тысячелетий. Время отличается предельной пестротой позиций, широкой свободой мысли, действий, индивидуальностью стиля и эстетических предпочтений.

Стандартизация всех сторон жизни в советские годы создавала серьёзные препятствия для свободного фантазирования. Мода тоже подчинялась определённым регламентам. В современную эпоху авторы отмечают особо благоприятную ситуацию для творческих процессов: «Последние годы в области костюма характеризуются полистилизмом: сосуществованием разнообразных стилей и течений, изобилием новых дизайнерских предложений, значительным расширением диапазона технических средств при воплощении замыслов» [1, с. 105]. В этих условиях создавать собственные коллекции одежды и проще, и сложнее.

Проще – потому что поле творческих поисков ничем не ограничено и у него уже есть свои «направляющие» – вершины дизайнерских брендов мировой моды. Сложнее – по той же причине: конкурировать с дизайнерами мировых модных брендов сложно и бессмысленно, а безграничная широта выбора усложняет принятие решения.

Создание коллекции моделей одежды всегда начинается с выбора идеи, темы, образа, источника вдохновения, из которого в результате творческого переосмысления сформируется образ будущих изделий. Это определяющий этап, от которого зависит и успех всей коллекции.

«Начало потенциально содержит в себе все возможные варианты развития исходной идеи, но выбор автором одного из них запускает процесс саморазвития художественного текста, в котором все остальные варианты отклоняются логикой внутреннего детерминизма» [2, с. 216].

И одновременно это самый сложный этап работы, потому что в нём концентрируются индивидуальная воля и личные субъективные предпочтения дизайнера, которые абсолютно уникальны, и здесь ему приходится рассчитывать на собственные силы и выбор.

В создании дизайнерских коллекций одежды основными требованиями всегда были оригинальность, эстетическая выразительность образа и новизна. В современных условиях, когда российским дизайнерам приходится конкурировать в широком пространстве мировой практики, эти требования ещё более обостряются.

Мудборд определяют так: «а) коллаж из вдохновляющих фотографий, открыток, наклеек, иллюстраций, фраз; б) коллаж из графических элементов (картинок, текстур, палитры, шрифтов), которые передают настроение проекта; визуальное представление дизайн-проекта» [3]. Это своего рода «доска настроения» (от англ. *mood board*), или эстетическая карта будущего образа костюма. Она постепенно, последовательно составляется на основе имеющихся источников художественной или иной информации, багажа собственных ассоциаций, логического анализа отобранной иллюстративной базы и интуитивных эстетических предпочтений автора.

Для определения идеи, темы, образа своей коллекции или одного костюма дизайнеру требуется быть уже достаточно зрелым человеком, иметь собственные представления о мире, широкую насмотренность в сфере дизайна одежды, собственные предпочтения в стиле, цвете, языке эстетической выразительности и в целом в построении образа костюма.

При формировании мудборда требуется найти в интернете или журналах изображения, максимально отражающие видение будущей коллекции и бренда, и создать один или несколько коллажей. Технически работу можно выполнить в цифровом формате либо вырезать нужные изображения из журналов, приклеить их на лист ватмана удобного формата, прикрепить фото.

Мудборд может включать примеры одежды, лукбуков, образы, фотосессии, кадры из фильмов, фото с показов, источники вдохновения, детали, картины, иллюстрации, аксессуары, макияж, причёску, типаж моделей, бренды-ориентиры – все то, что составляет уникальность автора, наполняет, указывает вектор движения. При этом мудборд для коллекции должен быть всё же узконаправленным, концентрированно выражать идею. Не нужно пытаться вместить всё в одну коллекцию. Исходный материал требует вдумчивой аналитической работы, в результате которой отсеивается всё лишнее, остаётся самая суть, зерно идеи.

При взгляде на мудборд должно возникнуть понимание – о чём рассказывает авторский бренд/коллекция. Что автор транслирует своей целевой аудитории? Фотографии должны раскрывать авторское представление о красоте, стиле, идее, концепции бренда дизайнера и др. Коллаж должен быть эстетичным с точки зрения стиля (картинки должны сочетаться между собой, создавать гармоничную композицию), и внятным в оценке концепции (быть связанными по смыслу, раскрывать авторский художественный замысел).

Следовательно, дизайнеру требуется вполне осознанное обращение к предметам и явлениям окружающей его действительности, умение совершать наблюдение и изучение, анализ и отбор исходного материала для дальнейшей творческой работы.

На уровне базовых качеств личности всё это формируется в дошкольном и школьном возрасте и продолжается на протяжении всей жизни человека, но здесь уже требуется некоторая профессиональная специализация, их развитость применительно к сфере дизайна одежды. Создание мудборда в процессе подготовки коллекции становится одновременно и индикатором личной и творческой сформированности дизайнера, и средством развития его профессиональной фантазии, ассоциативного мышления и воображения.

В качестве возможных источников возможно использовать фотографии и иллюстрации на платных и бесплатных фотостоках: Shutterstock (больше 400 миллионов изображений, фото, видео, аудио, 3D), Stock.adobe от компании Adobe (имеет удобную для дизайнеров интеграцию с Creative Cloud), Unsplash (бесплатный сток, больше двух миллионов фотоизображений). В качестве дополнительных сервисов для поиска вдохновения чаще всего используются агрегатор идей и товаров со всего интернета Pinterest (или его аналоги Juxtapost, Loadmo, Designspiration), а также социальная медиаплатформа дизайнеров, видеографов, иллюстраторов, 3D-визуализаторов Behance, где они делятся своими успешными проектами.

картинок для вдохновения здесь также присутствуют примеры аксессуаров, макияжа – образы раскрыты в достаточной степени полноты и конкретности.

Собрав воедино целенаправленную ассоциативную систему визуальных образов, дизайнер создаёт новый проект. Таким образом, дизайн-мудборд имеет и эстетическое, и практическое значение.

Развитие ассоциативного мышления дизайнера проявляется в преобразовании предметных, абстрактных и психологических ассоциаций на основе выбранного источника в графические поиски решений моделей одежды. Ассоциативное мышление в творческом процессе имеет ключевое значение. Способность дизайнера к такому мышлению является основой творчества и залогом его будущей профессиональной успешности в проектировании костюма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Фомина Н. Н. Художественный образ как источник вдохновения при создании модной коллекции // Технико-технологические проблемы сервиса. – 2012. – №4(22). – С. 105–108.
2. Балакина Е. И. Метаморфозы диалога в системе культуры и искусства (Теория и практика созидательных путей культурогенеза) : монография. – Барнаул, 2014. – 276 с.
3. Толковый словарь Дениса Хворостина // Записки лингвиста. О языках и технологиях. – URL: <https://khvorostin.com/dictionary/mood-board/> (дата обращения: 22.09.2022).

BIBLIOGRAPY

1. Fomina N. N. Artistic image as a source of inspiration when creating a fashion collection // Technical and technological problems of service. – 2012. – №4(22). – P. 105-108.
2. Balakina E. I. Metamorphoses of dialogue in the system of culture and art (Theory and practice of creative ways of cultural genesis): Monograph. – Barnaul : Altai House of Printing, 2014. – 276 p.
3. Explanatory dictionary of Denis Khvorostin // Notes of a linguist. About languages and technologies. – URL: <https://khvorostin.com/dictionary/mood-board/> (accessed 22.09.2022).