

УДК 378.14:687.01

КРЕАТИВНОСТЬ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ДИЗАЙНЕРА КОСТЮМА**Кулешова А.А., Демидова Ю.Д.***Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал),
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», Шахты, e-mail: ars64@mail.ru*

Проведен анализ существующих представлений о креативности в научной среде, культуре и сферах бизнеса. Термин креативность соотнесен с понятиями творчество и одаренность. Природа вдохновения и гения дизайнера в сфере индустрии моды описана с точки зрения свойств личности креативных директоров известных домов моды, их способностей находить принципиально новые идеи, умений постоянно в творческом процессе поиска ассоциаций создавать множество коллекций костюмов. Предметом изучения в данной работе стала проблема развития креативности как особого типа мышления дизайнера костюма в период обучения дизайнера в вузе. Основным положением теории креативности являются ассоциации как компоненты её структуры. Характеристика критериев и показателей креативности по отношению к личности дизайнера определена как методика её развития на этапе обучения в вузе. Выявлена взаимосвязь между выполнением проектных видов работ и динамикой развития креативности дизайнера. Эффективной техникой решения проблемы развития креативности дизайнера является применение проектной методики разработки коллекции костюмов, методики ассоциативных механизмов творчества в процессе подготовки дизайнера.

Ключевые слова: креативное мышление, творчество, одаренность, дизайнер, костюм, мода.

CREATIVITY IN THE PROCESS OF THE COSTUME DESIGNER TRAINING**Kuleshova A.A., Demidova Yu.D.***The Institute of Service and Business (branch) Federal State Budget Educational Institution
of Higher Professional Education «Don State Technical University», Shakhty, e-mail: ars64@mail.ru*

We have done the analysis of the existing views of the creativity in the scientific community, culture, and business spheres. The term 'creativity' is associated with creative work and talent. The nature of the inspiration and genius in the fashion industry is described from the point of view of the personality traits of the creative directors of the famous fashion houses, their ability to create the entirely new ideas and their skills to constantly look for new associations in the creative process and to produce a great number of fashion collections. The subject we have studied in this work is the problem of creativity development as a particular type of fashion designer's thinking in the process of designer education at the higher educational establishment. According to the basic definition of the creativity theory the associations have been considered by the main components of its structure. The criteria and creativity indicators characteristics as designer's personality features have been defined as the methods of its development during the studying at the higher educational establishment. We have found that there was interrelation between the fulfillment of the project kinds of work and the dynamics of the designer's creativity development. The effective way to solve the problem of the designer's creativity development is to use the project methods of the fashion collections development and the methodics of the associative mechanisms of the creative work in the process of the designer's training.

Keywords: creative thinking, creative work, talent, designer, costume, fashion

В эпоху глобальных перемен начала 21 в. возрастает потребность в креативных личностях, восприимчивых к новым идеям, преобразованиям общества. Креативным потенциал становится значимым фактором в процессе развития. В сферах бизнеса, искусства, моды, кинематографа, рекламы, где развита конкуренция, креативное мышление приобретает настоящую ценность. В современной культуре креативное мышление также открывает человеку огромные профессиональные возможности, приобретает эстетическую, идеологическую, культурологическую значимость.

Сложные реалии общества и рынка, растущие ожидания со стороны промышленности и потребителей, появления проблем охраны окружающей среды и т.д. делают дизайнера ключевой фигурой в непрерывном потоке преобразований [1]. Профессия

дизайнера предполагает не просто наличие, а высокий уровень дизайнерского мышления, поскольку в индустрии моды креативность востребована максимально. Благодаря креативности дизайнеров возникают новые тенденции и стилевые решения, модные бренды, кардинально новые представления о функциональности, эстетике одежды, которые определяют инновационные преобразования в индустрии моды в целом т.д. Цель данной работы – изучить особый тип креативного мышления в период обучения дизайнера в вузе и определить возможности его эффективного развития.

Сравнительно недавно термин «креативность» широко распространился в обществе, стал весьма популярной характеристикой творческих, успешных личностей, однако до сих пор научный смысл этого понятия до конца не определен и трактуется по-разному.

К задачам данной работы можно отнести: анализ существующих представлений о креативности, изучение теории креативности, выявление её структуры на примере известных личностей дизайнеров, критериев и показателей креативного мышления, методики развития креативности.

К началу XX в. исследованиями креативности занимались многие авторы и целые научные школы. Впервые понятие креативности использовал Д. Симпсон в 1922 г. для обозначения возможностей человека отказываться от стереотипных способов мышления. С лат. *creatio* «креативность» переводится как творение, создание. В психологической науке феномен креативности известен примерно с 1950-х гг. Как неологизм в русской культуре и в общественном сознании людей термин «креатив» появился в 1990-е гг. и с помощью рекламы распространился в бизнес-среде.

Чаще всего понятие креативность соотносят с понятиями творческое мышление и творческие способности, которые являются фактором в структуре одаренности. Но если творческое мышление создает художественные образы, используя их для воплощения в каком-либо явлении или предмете [8], то креативное – проявляется также и как возможность изобретать, создавать, открывать новое, необычное, нестандартное, находить полезность модели, угадывать коммерческую перспективу идеи. Творчество, как процесс человеческой деятельности, дает результат возникновения материальных и духовных ценностей. Креативность, как вид творческих способностей личности, порождает создание принципиально новых идей. Часто эти идеи в современном производстве на грани риска. Но уклонение от риска, равно как и его передача, ведет не только к получению гарантированного результата, но и одновременно к уменьшению шансов на получение более высоких доходов [5]. Для достижения максимальных результатов в профессиональной деятельности используется сочетание и творческого, и креативного типов мышления.

Креативность, как правило, рассматривается с трех сторон: процесс творчества; продукт творчества; свойство личности [8].

В модной индустрии креативный директор – это главный координатор творческого процесса, генерирующий идеи, соз-

дающий концепции и корректирующий работу. Как правило, креативный директор Модного дома – это главный дизайнер бренда, он формирует имидж фирмы, отвечает за его продвижение и коммерческий успех. В условиях жесточайшей конкуренции высокая мода породила список блистательных имен, чей гений и характер личности стали эталоном креативности. Шлейф идей и открытий в области модного костюма, стиля и новаторских технологий тянется за такими знаменитостями, как Г. Шанель, К. Баленсиага, П. Карден, Х. Чалаян и многими другими. Беспрецедентным новатором в области текстильных экспериментов является японский дизайнер Иссэй Миякэ, который один из первых в мире сумел найти применение новейшим разработкам в области синтетических тканей. Творческий процесс создания композиции в дизайне – сложное явление, в котором переплетаются и обуславливают друг друга эмоционально-интуитивные и интеллектуально-логические принципы творческой деятельности человека [4]. Огромную роль играет авторская концепция дизайнера, в основе которой лежат художественная идея и первоначальный образ.

Анализ творчества ряда успешных дизайнеров не приводит к однозначному пониманию рецепта их вдохновения и их гения. Ничего общего в творческой биографии знаменитых дизайнеров 20 в. Разные судьбы, среда, образ жизни и интересы. В чем же основа успеха этих личностей: одаренность, образование, характер или случайность?

Одаренность вышеперечисленных дизайнеров можно назвать первым общим показателем креативности, поскольку все они овладевают профессией в мире моды, развивают ее и привносят в деятельность свою самобытность. Одаренность – системное качество психики, формируется на протяжении всей жизни, проявляется в способности к продолжению познания за рамками требований заданной ситуации, в интеллектуальной активности – в способности «видеть в предмете нечто новое, такое, чего не видят другие», что и определяет возможность более высоких достижений [7].

Настойчивость, твердость, рискованность и решительность, любознательность, широта внимания и интересов, уверенность характера наблюдаются также практически у всех известных дизайнеров

мира моды. Большинство из них отличаются смелостью в преодолении стереотипов мышления, прозорливостью, общими качествами их характеров являются оригинальность, инициативность, способность к интуиции, к прогнозированию и созданию новых образов и ассоциаций, упорство, высокая самоорганизация, высокая работоспособность. Без них эмоциональность и воображение художника ничего не значат. Характер их личности проявляется в поступках и способности принимать решения, преобразовывать предыдущие достижения и достигать собственного результата, брать ответственность и осуществлять выбор, в умении находить вдохновение, увлекаться и увлечь команду, мотивировать, убедить в своей правоте.

Креативность личности дизайнера выражается также в особенностях восприятия эстетических, идеологических и культурологических ценностей, потребительских запросов, модных ориентиров, интеллектуальных продуктов и характера. По мнению П. Торренса, креативность включает в себя повышенную чувствительность к проблемам, к дефициту или противоречивости знаний действия по определению этих проблем, по поиску их решений на основе выдвижения гипотез, по проверке и формулировке результата решения [10].

Дж. Гилфорд в 1967 г. впервые ввел понятие креативного мышления, подразумевая целостный интуитивный тип мыслительных операций, идущих в различных направлениях [8]. Дивергентное мышление, допуская на один вопрос несколько ответов, является условием порождения оригинальных идей и самовыражения личности, варьирует пути решения проблемы, приводит к неожиданным выводам и результатам. Креативное мышление опирается на воображение, вдохновение и имеет четыре показателя оценки уровня его развития, которые проявляются в способности личности генерировать: максимальное количество (показатель беглости) и широкое многообразие (показатель гибкости) идей в определенный отрезок времени; новые нестандартные идеи, не совпадающие с общепринятыми (показатель оригинальности); мысли в завершенном виде (показатель точности). В общем виде креативность можно представить как сочетание процессов дивергенции

(расхождения, расширения) и конвергенции (схождения, собирания) идей [6].

В широком понимании креативность также трактуется не только как способность личности эффективно выполнять любую профессиональную деятельность, но и как способность развивать эту деятельность, реализовать в творчестве собственную одаренность и проницательность, как возможность отвечать изменяющемуся и обновляющемуся миру.

В последние годы современное научное знание признало, что структуру креативности составляет ряд компонентов: любознательность, интуитивная понятливость, легкость формулирования мыслей, личностная творческая направленность, мотивация, активность, изобретательность, самодисциплина, эрудированность, чувство нового, способность к анализу и самоанализу, гибкость и широта мышления, активность воли, развитое воображение.

Креативный процесс в дизайне достаточно сложен, так как дизайнер при проектировании находится в состоянии оценивания – насколько вырабатываемые идеи соответствуют условиям технического задания. Дизайнер в массовом производстве – не свободный художник, занимающийся самовыражением, а специалист, решающий конкретные задачи сегмента fast fashion, поэтому на промышленных предприятиях по изготовлению одежды креативность дизайнера не свободна, ограничена рамками. Дизайнеру свойственны напряженность, беспокойство в процессе и работа на пределе возможностей, когда действия, движения и мысли вовлечены полностью [6]. В состоянии покоя креативность проявляется наиболее эффективно.

Г.Н. Лола выделяет погруженность и отстраненность как два основных типа креативного состояния у дизайнеров. Обычно стартовый этап выработки идей в проектной деятельности дизайнера проходит в состоянии погруженности, насыщения эмоциями и впечатлениями, например в форме отбора видеоряда аналогов в мировой моде. За ним следует состояние отстраненности – спокойствие и равнодушие, благодаря которым после эмоционального насыщения и проделанной предварительной работы креативное решение приходит интуитивно. Соответственно для креативной работы дизайнера необходимо пространство, сочетающее два типа

эмоциональной атмосферы – активная, насыщенная и нейтральная, спокойная.

К числу перцептивных особенностей (восприятия) креативной личности относятся: высокая напряженность внимания, большая впечатлительность, восприимчивость. Дизайнер, безразличный к происходящим событиям, чувствам людей, политическим и общественным событиям, горю и боли, трагедиям и восторгам, экологическим проблемам и катастрофам, молодежным движениям, искусству и субкультурам, не будет отличаться креативностью. Только на срезе чувств и эмоций, страсти и впечатлений рождаются образы костюма, новые его формы, гениальные идеи. Дизайнер формирует творческое напряжение, тренирует память и внимание ко всему, и новому, необычному, и традиционному. Он должен запоминать все детали и схватывать целиком образы, и главное, он должен выбрать точное направление в поиске нового.

К числу интеллектуальных особенностей творческой личности относятся: интуиция, богатая фантазия, выдумка, дар предвидения, обширность знаний, нешаблонность и некосность мышления. Заглянуть мысленно в самые глубокие уголки планеты, в космос и микромир, в жизнь насекомых и хищников, представить мир стихии и будущих научных лабораторий, придумать техническое устройство приборов, – любая тема предполагает раскрепощенность в мыслях, эмоциях, настраивает на ассоциативные послы, на атмосферу чувственности, что стимулирует креативность.

Развитая креативность повышает конкурентоспособность дизайнера, ориентирует на социальные ценности. Социальные установки дизайнеров с помощью создаваемых ими коллекций способны воздействовать на реальный образ жизни людей. Современным дизайнерам необходимо думать не только о творческой самореализации, но и о перспективах развития общества [3]. Для оценки креативности общего характера используются различные тесты дивергентного мышления, личностные опросники, анализ результативности деятельности. Активному «пробуждению» творческого мышления помогают учебные ситуации с проектными вариантами заданий и упражнений, интегрирующих множество новых элементов поиска и ассоциаций, тренирующих внимание, память,

воображение, интуицию. Практическая проектная деятельность, выполняемая самостоятельно, имеет открытый характер и формирует стратегию развития креативности. Индивидуальные задания по разработке трендлуков и эскизов ассортимента ряда новых моделей одежды, а также мудборда (доски настроения) на творческие темы в авторских проектах студентов определяют основу генерирования идей и выбора методов для их реализации в материале, а в результате освоения процесс впоследствии поднимает уровень креативности личности.

Г.Э. Мюллер считал, что ассоциация порождает «созвездие активных элементов мозга, в результате чего возникает решение», тренируется проницательность как характеристика феномена успешных, способных к творчеству личностей.

Теория креативности С.А. Медника базируется на том, что основой креативного мышления являются ассоциации, возникающие в результате новых комбинаций между идеями. Более креативным считается мышление при условии, что эти ассоциации отвечают требованиям задачи и характеризуются полезностью. Медник различал три пути креативных решений, основанных на ассоциациях: через интуитивную прозорливость, через нахождение сходства между отдаленными элементами (идеями), через опосредование одних идей другими [9].

Креативная личность находит удовлетворение не только в достижении цели, но и в самом процессе творческой деятельности. Однако противоречивы научные мнения о факторах, определяющих динамику креативности человека в течение его жизни, как внутренний ресурс человека, как механизм саморазвития. Также предметом оживленных споров становятся новые образовательные возможности информационных технологий, техники, информатики, интернет-ресурсов, телевидения развивать креативность. Остается открытым и вопрос о влиянии новых средств обучения на развитие креативности.

В детском возрасте происходит интенсивное развитие «первичной» креативности как общей одаренности и творческой способности, во втором периоде до 20 лет развивается «специализированная креативность», как способность к творчеству в определенной сфере деятельности, поскольку в ходе выполнения этапов

дизайн-проекта будущий дизайнер постоянно сталкивается с поиском ассоциаций, отрабатывая механизм творческого процесса.

В благоприятный период обучения возможно структурирование и конструирование креативности будущего дизайнера. Креативность как продукт творчества является высшей формой активности и самостоятельности студента. Для этого необходима креативная среда, условия для творчества и созидающая цель проектных работ. Формулировка концепции проектирования, заостренная на определенной значимой проблеме, требует от дизайнера способности выбора ее решения вразрез с общепринятым мнением; личной манеры и мотивации исполнения работ; новизны и оригинальности проекта в целом.

В результате освоения креативных техник на различных этапах дизайн-проекта по разработке коллекции моделей костюма дизайнер приобретает способности легко ориентироваться в ситуациях с высокой степенью неопределенности, потенциальной многовариантности, свободнее адаптируется к незнакомой среде, проявляет гибкость, инициативность, активность в коммуникациях, упорство, самоорганизованность, работоспособность. В ходе выполнения этапов дизайн-проекта будущий дизайнер постоянно сталкивается с поиском ассоциаций, отрабатывая механизм творческого процесса. Оттачивается беглость и уверенность генерирования идей на стадии эскизов, быстрота реакции по выбору образа, ведущих трендов по цвету, силуэту и форме, личная манера изображения.

Наличие необычных ассоциаций характеризует креативное мышление. Ассоциации возникают как ответная реакция на реальные объекты действительности или же на образы в сознании, воображении художника. К реалистичным ассоциациям относятся принципы использования творческого источника. Например, дым, водопады, космическая пыль, ассоциативно воплощенные в цветовом и фактурном решении поверхности материалов, задают определенное содержание и форме костюма, они стимулируют творческую активность. Таким образом, выявляется связь между способностью генерировать ассоциации, дивергентным мышлением и креативностью.

Дизайнеру не приходит вдруг озарение, ему требуется много усилий и часов работы. Анализ интеллектуальной и твор-

ческой активности студентов по результатам использования методики проведения с ними практических этапов проектирования новых моделей костюма показал влияние на эффективность развития креативного мышления такого фактора, как регулярное выполнение ассоциативной проектной деятельности. На основе анализа практического опыта, теоретического осмысления и систематизации результатов педагогической деятельности креативность рассмотрена как процесс творчества, в котором выявлена взаимосвязь между выполнением проектных видов работ и динамикой развития креативности дизайнера.

Проектирование – важнейший фактор развития образования, предполагает создание проекта, замысла, идеи, а затем реализацию его в материале. Овладение основами профессиональной деятельности дизайнера в процессе проектной работы доставляет студентам творческое удовлетворение, чувство самореализации, приобщения к новой культуре [2]. На завершающей стадии обучения проектная методика ассоциативного эскизирования и поиска связей между творческим источником, тенденциями и формообразованием костюма позволяет развить оригинальность мышления, способность генерировать нестандартные идеи формообразования современного костюма. Студенты легче и быстрее ориентируются в перспективных трендах, стилевых направлениях, принимают решения, идут на эксперимент с цветом, фактурой и формой одежды, демонстрируют гибкость в переосмыслении функций одежды и ее деталей, возможностей использования их различным образом после осуществления проектных видов работ по созданию коллекции моделей. Таким образом, проектная методика обучения является не просто технологией, а креативной техникой – процессом развития творческих способностей в профессиональной деятельности дизайнера.

В результате освоения проектного метода разработки коллекции моделей значительно повышается уровень креативности дизайнера, который в свою очередь формирует и характер личности, и профессиональные способности выпускника, и его готовность к преобразованиям культурного опыта современного общества, определяет высокий потенциал созидательной деятельности в широкой сфере

дизайна на срезе новых технологий общества будущего. Сформированное креативное мышление обеспечивает дизайнеру необходимый уровень востребованности.

Таким образом, можно сделать ряд выводов. Научные представления о креативности как свойстве личности, имеющем в своей структуре ряд компонентов, позволяют утверждать, что это качество необходимо для дизайнера костюма. Именно креативно мыслящие дизайнеры являются двигателем в мире моды и искусства. Изучение креативности как продукта, полученного в результате обучения будущего профессионала в области моды, доказывает, что креативность подлежит педагогическому воздействию, ее положительная динамика корректируется под воздействием различных методик, например таких, как проектный метод и метод ассоциативных механизмов творчества по направлению подготовки дизайнеров костюма. Как творческий процесс креативность в практике проектной деятельности по созданию новых моделей и коллекций костюма является креативной технологией формирования необходимого уровня мастерства дизайнера.

Опыт показывает, что связь между элементами проектной практики в разных областях знаний формирует креативность общего характера, которая, развиваясь в сфере дизайна костюма, выходит за профессиональные и временные рамки. Высокий уровень креативного мышления выпускника позволяет говорить об особом социально-психологическом типе его личности с точки зрения культурных, интеллектуальных и творческих способностей, которые предполагают его способность к осмыслению глобальных

проблем общества, к видению эффективных решений широкого круга задач различных сфер постоянно изменяющегося социума. Креативное дизайнерское мышление – это новый менталитет активной, созидательной личности, готовой к коренным позитивным преобразованиям в обществе.

Список литературы

1. Ковешникова Е.Н., Ковешникова Н.А. Модели дизайн-образования: зарубежный опыт // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. – 2014. – № 4–2. – С. 117–125.
2. Кулешова А.А. Внеаудиторная подготовка студентов к конкурсу моды как форма повышения профессиональной компетентности дизайнеров костюма // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 3; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=6322>.
3. Нагорских Т.Н. Дизайн костюма: теория, практика, образование: коллективная монография; под общ. ред. д.т.н., проф. И.В. Черуновой. – Шахты: Изд-во ИСОиП (филиал) ДГТУ, 2015. – 162 с.
4. Проценко А.С., Кулешова А.А. Манипуляции с материалами в дизайне костюма // Сборник материалов I Всероссийской (с участием граждан иностранных государств) научной конференции молодых ученых, аспирантов и студентов «Научная весна-2016». – Шахты: ИСОиП (филиал) ДГТУ, 2016. – С. 307–312.
5. Селютин В.Д. Математические модели управления экономическим риском на основе концепции риска как ресурса // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2012. – № 1. – С. 171–175.
6. Тимофеева М.Р. Технология развития креативного мышления у дизайнеров через проектные методы // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 4; URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=20588>.
7. Хоменко Ю.А. Особенности функционирования системы выявления, развития и поддержки интеллектуально одаренных детей в условиях многоуровневого университетского комплекса: монография / «Южно-Рос. гос. ун-т экономики и сервиса»; под ред. А.Г. Сапронова. – Шахты: ФГБОУ ВПО «ЮРГУЭС», 2011. – 166 с.
8. Guilford Y.P. The nature of human intelligence. – N.Y., 1967. – 232 p.
9. Mednick S.A. The associative basis of the creative process // Psychol. Rev. – 1969. – № 2. – 32 p.
10. Torrance E.P. Guiding creative talent – Englewood Cliffs. – WJ: Prentice-Hall, 1964.