

УДК 687.016

Ермилова Д.Ю.

*Российский государственный университет туризма и сервиса, г. Москва, Российская Федерация*

## АРТ-ДИЗАЙН И ТВОРЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

*Ермилова Д.Ю. Арт-дизайн и творческие концепции в дизайне костюма. А Статья посвящена исследованию творческих концепций в дизайне костюма, которые можно соотнести с концепцией арт-дизайна. Выявлена специфика творческих концепций в дизайне костюма. В статье рассмотрена история возникновения и эволюции отношения к проектам и моделям одежды как к произведениям искусства, в частности, в связи с тенденцией индивидуализации предметно-пространственной среды.*

*Ключевые слова: арт-дизайн, творческая концепция в дизайне, дизайн костюма, высокая мода, кутюрье*

*Єрмілова Д.Ю. Арт-дизайн й творчі концепції в дизайні костюму. Стаття присвячена дослідженню творчих концепцій в дизайні костюма, які можна співвіднести з концепцією арт-дизайну. Виявлена специфіка творчих концепцій в дизайні костюма. В статті розглядається історія виникнення та еволюції відношення до проектів і моделям одягу як витворам мистецтва, зокрема, у зв'язку з тенденцією індивідуалізації предметно-просторового середовища.*

*Ключеві слова: арт-дизайн, творча концепція в дизайні, дизайн костюма, висока мода, кутюр'є.*

*Ermilova D. Art-design and creative conceptions are in the design of suit. The article is sanctified to research of creative conceptions in the design of suit, that can be correlated with conception of art-design. The specific of creative conceptions is educed in the design of suit. In the article history of origin and evolution of attitude is considered toward projects and models of clothing as to works of art, in particular, in connection with the tendency of individualization of in-spatial environment.*

*Keywords: art-disign, creative conception in a design, design of suit, high fashion, couture.*

Изменение системы ценностей, формирование новой социальной парадигмы в эпоху постмодерна привели и к смене парадигмы в дизайне: широкое распространение получила парадигма средового проектирования, связанная с переориентацией в сторону гуманитарных ценностей и пересматривающая средства, методы и ценности дизайна. Эти процессы в теории дизайна получили определение «нового мышления» и «слабой» установки проектного мышления [1;4;5]. Соответствующие изменения профессионального сознания происходят и в области дизайна костюма, тем более что костюм является неотъемлемой частью предметной среды, тесно связанной с человеком, наиболее мобильно отражающей изменение его ценностных ориентаций. В связи с этим особое значение приобрела проблема творческой концепции дизайнера, определяющей содержание и смысловую направленность проекта, цели и задачи проектирования. Одной из творческих концепций стала концепция арт-дизайна, который стал одним из видов современного дизайна. Сам термин «арт-дизайн» («дизайн-искусство») получил распространение в 1970 – 80-е гг. в связи с творчеством итальянских дизайнеров, входивших в творческие группы «Мемфис» и «Алхимия» (Э. Сотсасса, А. Мендини и др.). Арт-дизайн ориентирован на создание дизайн-объектов, которые помимо утилитарной (она может быть совершенно неочевидной), выполняют эстетическую функцию и являются одновременно и вещами, и произведениями искусства. **Это направление возникло** как альтернатива стандартизации и эмоциональной нейтральности, даже холодности дизайн-продуктов, порождаемых классическим функционализмом, который стал к тому времени самой распространенной концепцией в области массового промышленного дизайна. Цель арт-дизайна – противодействие «процессам унификации и стандартизации способов удовлетворения человеческих потребностей и тем более запросов, вкусов, взглядов, идеалов, насаждаемых массовым производством и массовым потреблением (точнее, психологией консьюмеризма) с помощью средств массовой информации. Такие процессы противоречат принципу плюрализма – необходимому условию поддержания «избыточности» культуры как результата и источника ее развития» [7]. Можно выделить творческие концепции в дизайне одежды, которые вполне можно отнести к концепции арт-дизайна, причем они имеют гораздо более давнюю историю, чем само это направление в дизайне.

При этом следует принимать во внимание специфику дизайна костюма, связанную с историей возникновения и развития этой области профессиональной деятельности («выросшей» не из станкового искусства или архитектуры, как другие направления в дизайне, а из ремесла). Например, почти не существует традиции представлять авторскую концепцию в вербальной форме – основные формы воплощения творческой концепции дизайнера костюма имеют всегда конкретную материальную форму – это модели или коллекции одежды и модный показ. Не было и традиции обсуждать профессиональные вопросы на съездах

*Надійшла до редакції 09.10.2013*

и конференциях – то есть практически до середины XX века не было полноценного профессионального общения с целью определения сущности, целей и задач своей деятельности. В этом мире, тесно связанном с бизнесом, существует жесткая конкуренция – высказывания дизайнеров нередко носили характер критики конкурентов. Традиционные мероприятия, на которых представляются коллекции дизайнеров костюма (ярмарки, недели моды) носят скорее маркетинговый и рекламный характер. Профессиональная пресса, как правило, также ангажирована рекламодателями, выполняя сугубо прикладные задачи – пропаганда стилей и брендов с целью стимулирования потребительского спроса, ориентация потенциальных потребителей в «безбрежном море» стилей и тенденций. Объективная критика в мире моды не поощряется. Если в структуру имиджа дизайнера входит вербальное творчество (умение писать и говорить, адекватно выражая свою концепцию, столь же необходимо, как и визуализация проектов) [10], то дизайнер одежды должен, в силу сложившихся традиций, демонстрировать свою концепцию в визуальной форме.

Тем не менее, дизайн костюма не менее концептуален как проектная деятельность, чем другие виды дизайна. Концептуальность – общая творческая установка, составляющая суть проектной культуры. Ориентация на выражение в проектах ценностного содержания дизайн-деятельности свидетельствует об общей тенденции концептуализации творчества. В XX веке появилось множество концепций в дизайне одежды, параллели которым можно найти в концепциях дизайнеров в других сферах дизайна, поскольку они отразили меняющиеся образ жизни, ценностные установки и потребности человека и общества. Можно найти и аналоги концепции арт-дизайна. Пионером в этой области, наверное, можно считать создателя высокой моды Ч.-Ф. Ворта, который еще в XIX в. определил новые задачи в области создания одежды. В 1868 г. Ч.-Ф. Ворт создал Синдикат высокой моды. У этого решения Ворта, по-видимому, было две причины: с одной стороны, копирование моделей знаменитых портных массовой модой в связи с появлением новых возможностей тиражирования (распространение швейных машин). С другой стороны, потребности элиты общества в особенной, «эксклюзивной» моде, которая была бы недоступна простым буржуа (это стало актуальным в связи с демократизацией моды в XIX в.). Одним из способов придания моделям «от кутюр» неповторимости стал лейбл. Ч.-Ф. Ворт первым стал ставить своё имя на моделях одежды, как художник подписывает свои произведения. Он воспринимал своё «детиче» – высокую моду, не как ремесло, а как один из видов искусства, а кутюрье (хотя дословно переводится с французского как «портной»), по его мысли, был уже не ремесленником, а художником. Сам он сознательно создавал себе имидж художника – от манеры поведения до стиля в одежде [2, 6, 11].

Новый взгляд на одежду был присущ и художникам конца XIX – начала XX в. – эпохи стиля модерн, создавшим концепцию «эстетского костюма». Художники и архитекторы мечтали об универсальном

синтезе всех искусств для создания целостной гармоничной среды обитания, о преобразовании жизни средствами искусства. Костюм был для них в такой же степени объектом интереса и приложения творческих усилий, как и архитектура, монументальная живопись, интерьер, мебель, книжная графика, прикладное искусство. Новой идеей было создание индивидуальной предметно-пространственной среды. Костюм – неотъемлемая часть этой предметной среды, должен отражать вкусы, образ жизни и индивидуальность человека, для которого предназначен, соответствовать времени и обладать художественной ценностью. Тем более что официальную моду художники считали уродливой и однообразной, первыми выразив протест против стандартизации предметной среды. Идея индивидуализации костюма, соответствующего личным вкусам и пристрастиям человека, начнет реализовываться в массовой моде спустя 70 лет, в 1970-е гг., когда появилась и концепция арт-дизайна. Даже идеал женской красоты, популярный среди богемы, был альтернативой официальной моде. Эти женские образы превосходили стандарты красоты XX века [2].

Другая важная тенденция художественного творчества эпохи модерна – обращение к фольклору и национальным традициям («национальный романтизм») в костюме проявилась в меньшей степени. Если в архитектуре и интерьере практически в каждой стране существовала своя «национальная версия» стиля модерн, то в костюме господствовал общеевропейский стиль, создаваемый парижскими модными портными. Один из немногих примеров попытки создания национального стиля в костюме – творчество итальянской портнихи Розы Дженони. Если для России источником «неорусского стиля» было искусство допетровской эпохи, то для Италии – искусство Древнего Рима и эпохи Возрождения. Поэтому Р. Дженони вдохновлялась живописью Ренессанса, создавая свои модели под впечатлением от конкретных живописных произведений (например, платье «Весна» по мотивам картины «Весна» С. Боттичелли) [2]. В XX веке у нее появилось множество последователей среди дизайнеров одежды, для которых живопись, как и другие виды искусства, станут важными творческими источниками (Э. Скъяпарелли, И. Сен-Лоран, Дж. Гальяно и др.)

Идеи, выдвинутые художниками на рубеже XIX – XX вв. получили развитие в творческих концепциях кутюрье XX в. П. Пуаре стал первым настоящим диктатором моды, навязывающим обществу свои представления о красоте женщины. До Пуаре кутюрье были, по существу, портными, создававшими модели по заказу клиента. Для него же более важным было создание идеальной женщины, поиск завораживающих образов, а не просто красивого платья для конкретной клиентки. С 1906 г. он начал постепенно менять модный силуэт, отказываясь от вычурного корсета и предлагая более простые модели с завышенной линией талии без корсета или с упрощенным мягким корсетом из вулканизированной резины. Впоследствии Пуаре вообще отменил корсет – и хотя его нельзя назвать поклонником идей эмансипации, тем не менее, именно он, а не Шанель, освободил женщин от

корсета. Известность ему принесли экстравагантные платья, создающие почти театрализованные образы. Пуаре вдохновлялся и живописью (ввел в моду «цвета фовистов») и театральным искусством (общепризнано, что на него огромное влияние оказали костюмы и декорации «Русских сезонов», особенно для балета «Шахерезада»). Задача создание выразительного образа для него стояла на первом плане – и это был совершенно новый подход к моделированию одежды, который можно сравнить с арт-дизайном. Не случайно П. Пуаре каждой модели давал своё название как художественному произведению – «Щербет», «Минарет», «Мандарин», «Лень». Впоследствии многие кутюрье будут также называть девизами свои творения (например, К. Диор). Для Поля Пуаре модный костюм был частью образа жизни, поэтому он стремился делать не только платья, но и создавать всю предметную среду, которая окружает человека. Первым из кутюрье он стал создавать коллекции аксессуаров для дома, организовав в апреле 1911 г. дочернее предприятие «Ателье Мартин» [2, 3, 6, 8, 11].

В 1910 – 30-е гг. появились кутюрье, которые также считали высокую моду видом искусства, и к платью «от кутюр» относились как к полноценному произведению искусства. Принципиальное отличие их взглядов от позиции Ворта и Пуаре было в том, что те создавали модные платья – то есть подчинявшиеся закономерности цикличности модных изменений, а они полагали, что эстетическое совершенство должно стать залогом долгой жизни их произведения, которое уже не должно выходить из моды. И на самом деле, их творения намного пережили моду времени своего «появления на свет», до сих пор не потеряв своей актуальности – от платьев «дельфос» М. Фортуни до драпированных моделей М. Вионне и мадам Гре. В 1920-е гг. созданием моделей одежды активно занимались и художники-авангардисты разных направлений, привнося в проекты особенности своих авторских концепций – от футуристов (Дж. Балла), абстракционистов-беспредметников (С. Делоне, К. Малевич, А. Экстер) до советских конструкторов (2).

Э. Скьяпарелли предложила свой подход к возможностям взаимодействия моды и искусства – она первой использовала сюрреалистические мотивы в моде, подхватив идеи С. Дали и Ж. Кокто, которые рисовали для нее эскизы платьев и аксессуаров. Кроме того, Скьяпарелли старалась внести в одежду новые смыслы – юмор и иронию, игровые моменты, часто намеренно эпатажируя зрителя, в её моделях нередко были и ирония, и самоирония над жертвой моды [2;3;8;12]. Всё это позволяет говорить о том, что Э. Скьяпарелли намного опередила свое время, став предшественницей современных дизайнеров – многое из придуманного ею между 1930 и 1940 гг. реализовалось в моде спустя только 40 – 50 лет.

После Второй мировой войны И. Сен-Лоран в свои коллекциях «от кутюр» нередко обращался за вдохновением к живописи, прославившись моделями «в стиле Мондриан», коллекциями «Русским балетом/ оперы», «Памяти Пикассо», «Матисс» или «Ван-Гог» [2;3;8]. В 1970-е гг. в США возникло направление «Ис-

кусство как одежда» (или «Одежда как искусство»). Создателями этого направления были художники, занимавшиеся декоративно-прикладным искусством. В художественных галереях Нью-Йорка они выставяли объекты, которые одновременно были и предметами одежды, которые можно было носить, и произведениями искусства для украшения интерьера, например, в качестве декоративных панно.

Творчество японских дизайнеров И. Мияке, Р. Кавакубо и Й. Ямамото некоторые критики также причисляют к арт-дизайну [8]. Многие их модели воспринимаются (и использовались в реальной практике их клиентами) именно как арт-объекты для украшения интерьера, хотя это и не является главной смысловой составляющей творческих концепций японских дизайнеров. Скорее, это своеобразный «побочный эффект» присутствия в их проектах особенностей японской художественной традиции. Их коллекции не связаны с тенденциями сезонной моды, что также придает им дополнительную художественную ценность. Кроме того, свои модели И. Мияке демонстрировал на выставках как настоящие произведения искусства. Каждый раз эти выставки, которые несли в себе определенную концептуальную идею, становились международными культурными событиями: в 1983 г. в Токио, Лос-Анджелесе и Сан-Франциско, в 1985 г. в Лондоне и Париже, в 1988 г. в Париже, в 1990 г. в Амстердаме и Токио, в 1992 г. в Японии, в 1998 г. в Париже. Дизайн выставочного пространства, как и дизайн интерьеров магазинов И. Мияке, которые оформлял известный японский дизайнер Широ Куромата, были такими же важными событиями в мире дизайна, как и сами коллекции Мияке [2,3,8].

Рассмотренные примеры из истории дизайна костюма дают основания полагать, что концепция арт-дизайна получила признание в этой области дизайна, и имеет реальные перспективы для развития в будущем.

#### Литература

1. Аронов В.Р. Концепции современного дизайна: 1990 – 2010 / В.Р. Аронов. – М.: Артпроект, 2011.
2. Ермилова Д.Ю. История домов моды: Учебное пособие для вузов / Д.Ю. Ермилова. – М., Академия, 2004.
3. Зелинг Ш. Мода: Век модельеров / Ш. Зелинг. – Кельн, 2000.
4. Курьерова Г.Г. Итальянская модель дизайна: Проектно-поисковые концепции второй половины XX века / Г.Г. Курьерова. – М.: ВНИИТЭ, 1993.
5. Курьерова Г.Г. Экология предметного мира как стратегия дизайна в постиндустриальный период / Г.Г. Курьерова. – М.: ВНИИТЭ, 2008.
6. Латур А. Волшебники парижской моды / А. Латур. – М.: Этерна, 2009.
7. Медведев В.Ю. Арт-дизайн в мире дизайна./ URL: <http://design-union.ru/authors/theory/345-artdesign-in-desihworld> (дата обращения 09.10.2013)
8. Мода и модельеры. – М.: мир энциклопедий Аванта+, Астрель, 2010.
9. Мода и стиль. – М.: мир энциклопедий Аванта+, Астрель, 2008.
10. Рачеева И.В. Создание имиджа дизайнера как один из методов пропаганды дизайна в США. // Социально-культурные проблемы образа жизни и предметной среды. Труды ВНИИТЭ. Вып. 52. – М.: ВНИИТЭ, 1987. С.100–108.
11. Саме Ж. Высокая мода / Ж. Саме. – СПб.: Азбука-классика, 2010.
12. Скьяпарелли Эльза. Моя шокирующая жизнь / Э. Скьяпарелли. – М.: Этерна, 2008.