

© 2010 г. Т.Н. Нагорских

ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ТВОРЧЕСКИХ КОНКУРСОВ

Статья посвящена актуальным вопросам специфики творческой деятельности в сфере моды. Основное внимание уделено выявлению философских аспектов дизайнерского творчества в целом и творческих конкурсов в частности (на примере конкурсов моды). Анализируются отличительные особенности российского и западного конкурсного движения. Акцентируется внимание на гуманистической составляющей идейного содержания конкурсной деятельности.

Ключевые слова: творческий конкурс, мода, молодежь, творчество, идея, атмосфера конкурса.

Определимся с терминологией: что же такое творческий конкурс? Все многообразие словарей, справочников, энциклопедий предлагает нам не так много определений термина «конкурс». Основным является толкование конкурса как соревнования для выявления наилучших из числа участников или представленных работ [1, с. 618]. Что же касается творчества, то с точки зрения философии, это деятельность, порождающая новые ценности, идеи, самого человека как творца [2, с. 849]. Каждый человек занимается в своей жизни творчеством, когда он не просто механически выполняет свою работу, но и пытается внести в нее что-то от себя, хоть в чем-то ее усовершенствовать. Везде где цель деятельности рождается из глубины человеческого духа, имеет место творчество. Везде где человек работает с любовью, вкусом и вдохновением, он становится мастером. Таким образом, любой творческий конкурс это не просто соревнование людей – мастеров своего дела: художников, писателей, музыкантов, архитекторов, дизайнеров и т.д., но, в первую очередь, состязание идей, которые автор стремится донести до возможно большего числа людей через свои произведения.

В данной статье творческие конкурсы рассматриваются на примере конкурсов молодых дизайнеров и модельеров, конкурсов моды. Сфера современной подиумной моды наиболее близка к концептуальному искусству. Представляя на конкурсной площадке свои творения, свое видение будущей

моды, начинающие дизайнеры демонстрируют в действительности не мир вещей, а мир отвлеченных понятий, мир образов и идей, изображают перед нами внутренний мир авторского сознания с его высшими потребностями, влечениями и идеалами. Философский аспект как раз заключен в двойственности дизайнерского творчества: с одной стороны, это отвлеченность, абстрагирование мира творческих идей от реальной действительности, с другой – дальнейшая необходимость их реального приложения.

Когда мы говорим, что участники конкурсов – талантливая творческая молодежь, необходимо вернуться к вопросу, что такое творчество. Творчество – это разрыв логики, потому что если бы все укладывалось в логическую цепочку, то уже все давно было бы изобретено. Творчество – это когда человек не согласен с существующей логикой и выдвигает какие-то свои идеи, которые противоречат этой логике. Из этих творческих людей, выдвигающих идеи, противоречащие общепринятой логике, например, участников конкурсов, создается, формируется атмосфера конкурса. Ведь разнообразие географической, национальной, образовательной, культурной, социальной составляющих участников конкурсов создает обобщенную ауру конкурса, которая способна инициировать дальнейший творческий процесс, развитие любой творческой личности.

Принимая участие в конкурсе, авторы смотрят на работы своих коллег, слушают мнения профессионалов о своих и чужих работах, окунаются с головой в некий творческий водоворот, напитываются этой атмосферой. Их задача поймать ту ауру, те флюиды, которые создаются конкурсом. Это нельзя сформулировать более четко, это то что остается в сознании дизайнера в процессе критическо-эстетического восприятия того, что он видит на конкурсе. И как следствие, если автор имеет творческий потенциал, то он способен почерпнуть из этой атмосферы общие идеи, тенденции и материал для своего дальнейшего духовного и профессионального развития. Тем самым конкурсы не только отражают формирующиеся тенденции, они непроизвольно закладывают основу будущего. В конкурсах наиболее зримо прослеживается инновационная функция моды, когда мода стимулирует экспериментальное начало в обществе и культуре, поиск нового, выявляет более совершенные по сравнению с предыдущими культурные образцы.

Поэтому задача каждого организатора сделать все от него зависящее для создания подобной атмосферы, в которой происходит взаимный контакт участников конкурса, сопоставление своего внутреннего творческого потенциала и своего внутреннего направления с другими участниками, атмосферы, которая дает толчок к зарождению новых идей. В этом также заключается еще и отличие конкурса от выставки. Потому что у настоящего конкурса должна быть философская составляющая, которая оказывает влияние на духовное состояние человека и способствует его дальнейшему развитию.

Как правило, большинство конкурсов в России подразделяются по составу участников:

- Международный – с приглашением зарубежных участников, членов жюри (Русский силуэт, Смирнофф, Адмиралтейская игла, Ассамблея моды, Экзерсис, Подиум и др.).
- Всероссийский – без приглашения зарубежных авторов (Особая мода – для людей с ограниченными возможностями, Платье года – для профессионалов, Тиссура кутюр – для профессиональных дизайнеров, интрига которого в том, что члены жюри не знают, чьи коллекции они судят и только в конце по сумме баллов объявляется фамилия победителя).
- Местный – с привлечением, в основном, участников региона и близлежащих областей (Поволжские сезоны Александра Васильева).

Бывают также конкурсы городские, межвузовские, внутривузовские (Шаг в будущее – МГТУ им. Косыгина – шанс для поступления в университет без экзаменов), студенческие, профессиональные, для любителей и т.д.

Специфика типологии творческих конкурсов в России заключается в том, что чаще всего статус «международный» не совсем оправдан и подкрепляется лишь участием иностранных членов жюри и авторов из стран СНГ, либо проведением конкурса за пределами России. В Советском союзе невозможно было появление и проведение конкурсов моды. Потому что, как было сказано ранее, конкурс это прежде всего соревнование идей, а значит инакомыслие, не соответствующее основной линии правящей партии. С философской точки зрения конкурсы в России и зарубежом провозглашают одинаковую идею определения нового направления в моде. Свежие идеи и необычные решения первостепенно ценны. Отличается лишь их реализация

Конкурсы моды в России сопоставимы по своей сути с названием популярной в советское время передачи «Алло, мы ищем таланты!». Таланты действительно находят, дают им возможность продемонстрировать свои творения на подиуме перед широкой общественностью, профессиональным жюри и прессой. Лауреаты получают призы. Но на этом все и заканчивается. В отличие от западных аналогов у этой истории в российском приложении нет продолжения.

На зарубежных же конкурсах новаторская идея в большинстве случаев получает свое материальное воплощение в виде мощной пресс-поддержки уже во время и после окончания конкурса, значительных денежных средств на создание новой коллекции, длительных стажировок во всемирно известных Домах мод или учебы в школах и институтах мод, организации продажи коллекции молодого дизайнера под известным брендом и т.д. В некоторых западных конкурсах главная задача найти новую философию в моде, архитектуре, фотографии и т.д. Это бизнес-проект, целью которого является выявить новую идею, автора, который эту идею увидел и сформулировал.

На Западе интересуются предысторией коллекции, тем что послужило прототипом для ее создания. Немаловажен путь, который прошла идея как «образ вещи, создаваемый духом» до своего реального воплощения. При этом наибольшую ценность приобретают идеи, которые в своем реальном воплощении содержат тенденцию дальнейшего развития. В основе реализации идеи лежит способность молодого дизайнера творить, которая ведет к новому необычному видению, выраженному впоследствии в создаваемых им коллекциях. Речь идет именно о молодежи, т.к. любой сюжет порождает у нее бурю смыслов, сомнений и рефлексий. Тем более молодежь творческая, которая не то чтобы сомневается в установленном порядке жизни, а опровергает его с юношеским запалом и максимализмом. Молодые авторы стремятся к самоутверждению, автономии, независимости, которые ведут их к поиску малоизученных оригинальных новаторских тем, чтобы именно здесь бросить вызов общепринятым представлениям. В результате подобного вызова и возникает видение будущего, та идея, которая впоследствии может стать новым направлением в моде.

Колин Мак Дауэлл – один из самых влиятельных критиков моды в мире и председатель Британского общества одежды заметил в одном интервью еще

одну разницу между российскими и европейскими показами моды: «На западе фэшн-шоу устраиваются для профессионалов, которые съезжаются посмотреть их со всего мира. А в России – это шоу для широкой публики. Шоу – это презентация не одежды, а идей. Но в этой театральной феерии всегда есть 2–3 идеи, которые затем можно упростить и построить на них коллекцию, предназначенную для продажи в магазинах. Вот что должны делать дизайнеры. Они должны давать людям продукт, который те смогут купить. Они должны делать что-то, руководствуясь своей культурой, чтобы было видно, что они – русские, а не французы или британцы».

В настоящее время назрела необходимость изучения и перенимания опыта у зарубежных коллег, по-возможности, не повторив их ошибок, и применив их практику проведения конкурсов с учетом российского менталитета и действительности. Технический и информационный прогресс, новейшие материалы и технологии способны изменить не только облик вещей, но и придать новые качества жизни человека, влияя на взаимодействие вещи и человека, а также повлиять на творческую составляющую конкурсов моды. Какими же будут конкурсы будущего?

Во-первых, приметой времени прослеживается намечающаяся тенденция ухода творческих конкурсов с реальных площадок в виртуальное пространство. Такие конкурсы позволяют принять участие в них гораздо большему числу участников. Исключаются материальные затраты на проезд к месту проведения. Автор может донести свои идеи до максимально возможной аудитории. В качестве судей может выступить все интернет-сообщество. Дизайнер может в режиме он-лайн получить живой отклик на свое творчество. Таким образом, повышается доступность, прозрачность и демократичность конкурса.

Но у этой тенденции есть и отрицательные стороны. Невозможно через компьютер прочувствовать атмосферу конкурса, о которой говорилось выше, передать незаменимость живого общения, повторить красочность реального шоу, отследить достоверность выставленных оценок. Во-вторых, в связи с достаточно большой долей необъективности судейства возможно большее распространение получит тенденция творческих конкурсов, на которых жюри оценивает анонимные коллекции и лишь в конце показа по максималь-

ной сумме баллов объявляется фамилия победителя. Анонимность авторства (даже на первом этапе) освобождает от ига авторитетов.

В-третьих, все большую силу набирают глобальные международные проекты, суть которых в выявлении автора, способного в будущем повлиять на общемировую ситуацию в своей сфере деятельности. Это связано с тем, что художественное мировоззрение современных дизайнеров базируется одновременно на социокультурных традициях как своей нации, так и западного общества, что позволяет им одинаково свободно ориентироваться и в западных, и в восточных тенденциях, легко переходя из одной культурной системы в другую. Принадлежа более чем одной культуре одновременно, обладая западной и восточной моделями мышления и художественного претворения действительности, они ярко входят в мировую культуру, создавая новые ценностные и эстетические эталоны. «Такие «художники» являются олицетворением новой реальности.

Особую значимость в современных реалиях приобретают и творческие конкурсы гуманистической направленности. В качестве примера можно привести международный конкурс изделий и дизайнерских решений "LOVE/Why?", организаторами которого являются Юнеско и Felissimo Corporation (Япония). Он проводится с 1995 года с целью преодоления межнациональных барьеров, для развития креативных сил поколений, которые сформируют наше будущее. Цель конкурса – поощрение молодых дизайнеров для использования дизайна как процесса, создающего новый стиль и качество жизни. Тема конкурса "LOVE / Why?" олицетворяет потребность нашего мира в проектах и концепциях, которые обеспечивают коммуникацию, чувство понимания и гармонии между людьми, народами и окружающей средой. Например, одними из критериев оценки жюри в этом конкурсе являются:

Изделие должно:

- приносить ощущения радости и гармонии в отношении между людьми;
- демонстрировать бережное отношение к окружающей среде, включая выбор материалов и технологий производства;
- отражать творческое и ответственное видение стиля жизни, соответствующего 21-му веку.

Кроме того, в процессе творчества вещи человеческого обихода превращаются в явления культуры. Эстетическое начало присутствует не только в самом творческом процессе создания новой вещи, но и в готовом продукте,

который должен быть целостным. Достижение целостности требует от дизайнера не только исследовательских способностей, умения анализировать научные данные и факты, но и обладания творческим воображением, эстетическим чувством, фантазией, которые характерны именно для художника.

Интегрирующий характер творческого таланта дизайнера выразил в своем определении итальянский дизайнер Этторе Соттсасс: «Дизайнер – это художник, ремесленник, философ». Философом дизайнер должен быть потому, что создавая проект изделий для человека в соответствии с его потребностями и вкусами, проектируя вещи и предметную среду в целом, он проектирует самого человека, его облик, эмоции, стиль жизни. Творчество может рассматриваться не только как процесс создания чего-то нового, но и как процесс, протекающий при взаимодействии личности (или внутреннего мира человека) и действительности. При этом изменения происходят не только в действительности, но и в личности (как автора творения, так и зрителя). Непосредственно дизайнер проектирует вещь, а опосредованно – человека и общество. Действительная цель дизайна – проектирование человека, его облика, образа жизни, поэтому основой проекта (коллекции) должна быть концепция образа человека, концепция общества.

В заключение хотелось бы сказать, что несмотря на различия в тематике, структуре, организации и проведении у творческих конкурсов есть одна общая черта – они были и есть примета времени: прошлого, настоящего и будущего. Потому что именно здесь как нигде высока концентрация одаренных талантливых неравнодушных людей, которые не просто живут в своем времени, но творчески его перерабатывают и представляют всем нам, широкой общественности, прессе свое осмысление прошлого, решение проблем окружающей действительности и предвидение будущего.

ЛИТЕРАТУРА

1. Советский энциклопедический словарь / Под ред. А.М. Прохорова. М., 1984.
2. Философия. Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. М., 2004.

*Ростовский технологический
институт сервиса и туризма*

18 августа 2010 г.