

VALORILE ESTETICE.

PUTEREA EDUCATIV-FORMATIVĂ A DESIGNULUI VESTIMENTAR

Lilia RĂCILĂ, Ana SIMAC

Universitatea Pedagogică de Stat „Ion Creangă”

This article contribute to the promotion of authentic values in training – development of creative personalities, receptive to the perception of beauty in costumes' art; proclaims the axiom of aesthetic values of the costume, of the „good taste”, following the development of „fashion” phenomenon.

This article touches the issue of education through costume of the learning youth in terms of aesthetic, artistic and visual. It shows the stages of learning the elements, principles and regularities / laws specific for the dress design, which can not be acquired without:

- waking up interest for „aesthetic object”;
- development of aesthetic taste;
- stimulating the creative skills of students towards beautiful.

În orientarea societății spre frumos, receptarea estetică și artistică a costumului are o deosebită importanță în educația personalității. În acest context, se pune accent pe dezvoltarea proceselor psihice ale indivizilor și pe creația artistico-plastică însăși.

Educația estetică reprezintă activitatea de formare–dezvoltare a personalității umane prin intermediul valorilor frumosului din artă, societate, natură, receptat, evaluat și cultivat la nivelul sensibilității creativității umane.

Definirea educației estetice se confruntă cu două dificultăți majore de ordin metodologic și practic. Prima dificultate provine din actul determinării valorilor estetice, care este influențat de subiectivitatea criteriilor de frumos: ea poate fi depășită prin raportarea la „categoriile estetice”, stabilizate la nivelul „teoriei generale a frumosului”, care ne orientează spre „criteriile obiective de evaluare la scară socială (Croce, Benedetto, Hegel). A doua dificultate provine din concepția clasică, tradițională despre educația estetică redusă la nivelul educației artistice: ea se înțelege ca model exemplar de educație estetică prin capacitățile sale specifice de modelare a sensibilității, a raționalității și a creativității umane prin intermediul frumosului, care sunt aplicabile și în alte domenii ale realității (literatură, muzică, pictură, sculptură, arhitectură, design etc.).

Concepția despre frumusețe a evoluat în formele cele mai surprinzătoare, stabilind un ideal estetic specific diverselor culturi ale societății. Acum, la moment, criteriile estetice au ajuns a fi discutate în cercurile largi ale artiștilor și ale publicului cult pentru a fi manifestată și răspândită o gamă largă de proprietăți ale „frumosului” în toate ramurile artelor frumoase:

- prima proprietate a frumosului este forța și senzualitatea;
- cea de a doua este armonia, ritmul, ordinea și perfecțiunea;
- a treia proprietate a frumuseții în mișcare este grația (studiată de Spenser care se sprijină pe teoria senzualității).

Însă permanent are loc o evoluție continuă a idealului estetic, a criteriilor de valorizare estetică caracteristică unor anumite perioade de timp. Mulți creatori de artă, cum este Leonardo da Vinci sau Jacques-Louis David au creat capodoperele sale având alte modele de ideal estetic decât cele contemporane, dar diversitățile valorilor artistice evoluează permanent în cadrul anumitelor forme comune de reflectare, cum sunt: *demnitatea, generozitatea, curajul, disprețul pentru nonestetic, sentimentele și cultura comună a oamenilor*, care fac posibilă formarea și supraviețuirea idealului de referință al epocii.

În orientarea societății spre frumos, receptarea estetică și artistică a costumului are o deosebită importanță în dezvoltarea proceselor psihice ale personalităților, deoarece estetica costumului îmbină legile și categoriile artelor frumoase în complexitatea lor, considerate forma cea mai înaltă de creare și receptare a frumosului, unde frumosul este valoarea primordială a educației estetice și artistice. Prin frumos, adaptat la îmbrăcăminte, se înțelege însușirea persoanei de a se realiza ca personalitate, de a fi utilă. Frumosul dă o impresie de echilibru și de siguranță de sine în tratarea obiectelor estetice în ramura designului vestimentar și este legat de orice expresie *de calm, armonie, proporție, etichetă*.

Educația estetică și artistică urmărește proiectarea și realizarea activității de formare–dezvoltare a personalității umane și a societății însăși, promovând frumosul artistic în funcție de următoarele categorii:

- *idealul estetic*: exprimă modelul de frumos spre care tindem;

- *simțul estetic*: exprimă capacitatea omului de a percepe, a reprezenta și a trăi frumosul;
- *gustul estetic*: exprimă capacitatea omului de a explica, a înțelege și a iubi frumosul;
- *spiritul de creație estetică*: exprimă capacitatea omului de a crea frumosul la nivelul artei, societății, naturii.

Manifestarea acestor categorii permite delimitarea funcțiilor care determină obiectivele generale și specifice ale educației estetice în procesul de studiere a noțiunilor designului vestimentar:

- a) perceperea frumosului din arta costumului prin mijloace senzoriale (perceperea estetică);
- b) evoluarea obiectelor frumoase din imaginea costumului istoric, clasic, performant, prin formarea atitudinilor estetice și a capacității de decizie estetică, unde simțul estetic este un rezultat al integrării gustului estetic;
- c) crearea frumosului în cadrul designului vestimentar la nivel de proces–produs, unde ideea proiectată este materializată în formă de colecție vestimentară sau parțial a obiectelor din ea.

La începutul mileniului trei, valorile estetice ale costumului încep să-și modifice ierarhia; protecția fizică, asigurată prin noi materiale și tehnici, e gata să estompeze rolul vestimentației în educația personalității. Vestimentația „strigă” de pe podiumul mondial, fiind grandioasă prin forme, dureroasă prin culoare, expresie, imagine, elaborând un chip frapant deseori nonestetic decât estetic. O dată cu democratizarea și urbanizarea vieții, dar mai ales comunicarea imaginilor prin televiziune, a fost cultivată „mediocritatea” lipsită de instrucție și educație. Transformările sociale au generat o tendință de uniformizare, de ștergere a deosebirilor dintre straturile sociale, cât și dintre oamenii din diferite țări ale globului și ca rezultat ei nu reușesc să corespundă criteriilor nou-formate. Regulile modei deseori cad în desuetudine, uitând că societatea are nevoie de timp pentru a prelucra ideile modei de astăzi.

Noi încercăm să promovăm valorile estetice ale costumului, urmărind desfășurarea fenomenului „moda”, recunoscând că mecanismul ei este foarte simplu în teorie și extrem de dificil în practică. Moda este „oglinda civilizației, educației estetice și a comportamentului social” (chestionar completat de un grup de studenți) [1]. Spre deosebire de alte sfere ale culturii, ea integrează în mod organic aspectul educațional și cultural al educației, „dezvoltând, astfel simțul estetic și gustul pentru frumos...” [2]. Moda care exprimă dorința omului de frumos, armonie și personal promovează idei ce nu numai șochează și farmecă societatea, ci și educă continuu.

Secole de-a rândul „*bunul gust*” deține o componentă creatoare bazată pe anumite aptitudini înnăscute, care pot fi dezvoltate prin educație sau atrofiate prin neglijare, orientate în diverse direcții, unde accentul se pune pe structura specifică a individului. „Gustul poate fi interpretat drept replica izomorfa a talentului”... Mai departe citim: „Un gust va fi considerat cu atât mai evaluat, mai „înalt”, cu cât va fi mai deschis și mai comprehensiv, mai maleabil și mai puțin exclusivist”, cu alte cuvinte, mai simplu și liber de prejudecăți [3].

Libertatea față de canoane și prejudecăți este primul sens în care se vorbește de libertatea gustului în crearea obiectelor estetice, unde creatorul are dreptul de a-și exprima orice preferință subiectivă și de a selecta și a propune valori noi, care se vor impune gustului general. Soluția ideală găsită de cei mai vestiți creatori ai modei a fost întotdeauna aceeași – să nu copiezi pe nimeni, ci să alegi ce-ți stă mai bine, punându-ți în valoare personalitatea, să nu ieși prea mult din comun, să te îmbraci conform valorilor estetice ale timpului pe care îl trăim.

Crearea propriei imagini prin intermediul vestimentației nu este altceva decât o artă cu amprentă umană, prin care fiecare dintre noi poate să-și exprime cât mai bine personalitatea. După cum menționează Henri Michaux în *Y.Deslandres – le Costume, imagine de l’homme*, „îmbrăcăminte este o idee despre noi înșine pe care o purtăm pe noi înșine” [4]. Altfel spus, imaginea noastră, felul cum arătăm, reprezintă o „compoziție” proprie în care, prin costumație, coafură, machiaj, exprimăm o idee despre noi, despre cultura și educația societății. Principalele obiective formative ale educației estetice urmează să dezvolte *deprinderea de a îmbina îmbrăcăminte*, formând un mesaj estetic, care la finele proceselor educativ-formative vor crea idealul de referință ce va fi urmat de către tinerele generații. Deseori sarcina respectivă cade pe umerii creatorului de modă, când el însuși exemplifică ideile sale prin propria ținută (ținuta de serviciu, ținuta de oraș, ținuta de instrucție, ținuta de luptă, toaleta – termen utilizat doar pentru vestimentația feminină: toaletă de zi, toaletă de seară). Deși în general creatorii de modă tind să aplice o multitudine de idei radicale, totuși, există anumite concepte, legi care rămân valabile în elaborarea unei siluete ce urmează a fi lansată real, de la care nu se fac derogări, asigurând confortul estetic al ținutei. Pentru asigurarea și dezvoltarea acestora se planifică educarea comportamentului estetic și artistic al tineretului de azi care impune câteva condiții:

- orientarea specifică a receptării (când mergem la o expoziție, se trezesc impresii, emoții potrivite la moment): satisfacție, plăcere estetică;
- interesul pentru „obiectul estetic”, „artă” (acest interes concentrează atenția, organizează privirea);
- gustul estetic (capacitatea de a aprecia spontan ce este frumos și ce este urât, expresiv și pasiv, din punctul de vedere al mesajului artistic).

Stimularea și dezvoltarea aptitudinilor creative ale elevilor (studenților) se desfășoară prin utilizarea tehnicilor și materialelor de execuție specifice designului vestimentar (cercuri de artă, licee de artă, discipline și cursuri opționale în cadrul învățământului universitar artistico-plastic).

Estetica vestimentară se subordonează principiilor esteticii generale, dar se încadrează și în regulile și metodele de dezvoltare „*a bunului gust*”, a capacităților de exprimare plastică, sensibilității, imaginației și creativității artistice. În acest sens, anumite criterii de analiză în compoziția costumului sunt programate să fie studiate la orele de educație tehnologică în învățământul gimnazial (proiectarea artistică și tehnică a costumului, compoziția costumului, bazele culorii, istoria costumului și a designului), pentru a pune în evidență estetica vestimentară ca fenomen formativ-educational:

- conceptul de formă (formele estetice, formele naturale, formele artisanale, formele industriale, formele artistice);
- conceptul de design;
- armonia culorilor;
- calitatea în plasarea accesoriilor;
- calitatea în plasarea garniturilor;
- calitatea în lansarea ținutei estetice.

O persoană cultivată estetic observă lipsa de valoare estetică atunci când acestea nu vor fi soluționate. Motivația estetică, printre toate motivațiile îmbrăcăminte (practică, morală, comunicativă, psihologică), ocupă un loc aparte în designul vestimentar, de aceea în arta costumului sunt folosite toate mijloacele de expresie ale artelor vizuale. După cum menționează, pe bună dreptate, Adina Nanu, „pentru a înțelege înfățișarea umană ca o creație estetică, privitorului i se cere să-și concentreze atenția asupra imaginii ale cărei sensuri le caută, dar în același timp și asupra proporțiilor sale, ecouri sufletești, participând la dialogul care este însuși ființa artei” [5].

Arta costumului este percepută mai întâi cu ajutorul simțurilor și apoi interpretată sub aspect vizual, este ceva relativ și acționează asupra subconștientului. Într-un fel, când consumatorul vede obiectele vestimentare integrate într-o ținută, își creează impresii plăcute sau nu (de exemplu: vestimentația stilurilor netradiționale deseori este ignorată de o parte dintre consumatori, dar din punct de vedere artistic culorile contrastante, formele futuriste pot trezi impresii plăcute). Pornind de la cele expuse mai sus, putem constata că gusturile se educă, de aceea educația culturală a personalității trebuie începută din copilărie de către părinți. În orientarea conținutului ținutei vestimentare, individul, având o cultură estetică deja formată, este conștient în alegerea stilurilor vestimentare, știe cum să combine culorile, formele, accesoriile în diverse modalități.

Există oare libertatea gustului? Da, dar această libertate are drept premisă obligatorie *autenticitatea, fidelitatea și statornicia*. Când gustul devine liber de puterea oricărei autorități, de prejudecata ori de presiunea forțelor străine, atunci se manifestă *satisfacția estetică* sau *plăcerea estetică*, care reprezintă *ultima etapă a procesului creativ-formativ* și ca rezultat:

- omul demonstrează capacitățile sale de a organiza, a desfășura și a încheia procesul de interpretare a obiectelor estetice în cadrul designului vestimentar, având satisfacție în urma lucrului îndeplinit;
- omul rămâne surprins de rezultatele plăcute, unde surprinderea definește calitatea satisfacției estetice.

Diversitatea gusturilor și preferințelor claselor sociale presupune prezența *satisfacției estetice* așteptată de la vestimentație în forme mult mai rafinate decât ale generației în vârstă și mult mai rapidă în acțiune.

După cum am menționat, în spațiul designului vestimentar este bine să fie cunoscute legile designului vestimentar, componentele și principiile de aplicare și valorizare ale acestora (cerințe inițiale), părțile artistico-tehnologice ale procesului de lansare a ținutei vestimentare: *forma și silueta, efectele spațiale, elementele decorative, culoarea, croiul, contextura și desenul materialului textil* (cerințe profesionale). Prezența liniei și a efectelor spațiale oferă fundamentul pentru analiza formei, iar linia, care poate fi percepută ca linia croiului, contribuie la nivelul de evaluare a formelor vestimentare. Aceste efecte fizice vizuale, cu iluzii optice, sunt cele care creează modificările aparente ale înălțimii, greutateii, configurației, ale proprietăților culorii sau contexturii. Efectele psihologice caracteristice designului influențează sentimentele, dispoziția și impresiile oamenilor [6]. De exemplu, modalitățile de utilizare a legităților efectelor optice pot fi aplicate în crearea propriei ținute vestimentare atât de creatorii de modă, cât și de oamenii de rând. Unele dintre aceste recomandări sunt binevenite în educația culturii estetice a purtătorului:

- utilizarea liniilor verticale pentru a sublinia suplețea și înălțimea;
- utilizarea materialelor curgătoare, a modelelor lungi care optic înalță corpul;
- utilizarea liniilor drepte atenuază formele prea rotunde;
- utilizarea elementelor care evidențiază trăsăturile atractive ale individului și ascund caracteristicile de conformație mai puțin dorite;
- atenuarea sau camuflarea defectelor corporale prin anumite modalități de accentuare și disimulare a atenției.

Cunoașterea, înțelegerea și aplicarea acestor modalități în crearea ținutei vestimentare contribuie la manifestarea *satisfacției estetice* a individului (în viitor el este deja liber în acțiunile sale și se confirmă ca personalitate).

Vom semnala că elaborarea unui costum, precum și alegerea unei ținute vestimentare, este o artă, un proces intelectual, un produs al inteligenței, unde munca de a compune un chip vestimentar pune în valoare individualitatea purtătorului. Așadar, valoarea estetică a costumului este percepută ca *fenomen educațional* în formarea „bunului gust”. Aspectul exterior al contemporanilor este oglinda personalității, a culturii societății, a întregii civilizații în perpetuă schimbare [7]. În aceasta ordine de idei, în plan social, costumul pretinde a fi un indicator fidel al nivelului de cultură și civilizație. Dacă până în sec.XX această educație nu era absolut necesară, deoarece costumul curții împărătești, al nobilimii, chiar și al cântăreților de operă era dirijat de profesioniști „Haute-Couture”, care elaborau imaginea lor publică, iar portul popular era supus propriilor criterii de valoare, în prezent educația estetică și artistică, precum și morală, a devenit o necesitate socială. La fel ca și în limbajul vorbit, în limbajul vestimentar au loc schimbări ce se manifestă prin adaptarea societății la invențiile modei, cum ar fi stilul „New Look”, „Hippie”, „Disco” sau „New wave”. Evoluând de-a lungul timpului, invențiile modei tind să capete noi justificări, argumentări, datorită cărora vor persista asupra statorniciei și obișnuinței.

În ultimii ani, în ceea ce privește comportamentul vestimentar, sunt numeroși cei care manifestă o îndrăzneală fără limită, o lipsă totală de prejudecăți, un minimum de educație privind *bunul gust*, conducând la rezultate deplorabile, care în nici un fel nu stimulează procesele creative ale elevilor (studentilor) [8]. Pentru a satisface gustul artistic al celor neinstruiți, lipsiți de o elementară cultură, o dată cu dezvoltarea industrială s-au produs o serie de obiecte menite să înlocuiască creațiile artiștilor originali: produse de artizanat – imitația artei populare, variate suvenire, bibelouri, picturi de gang etc. „Kitsch” a ajuns astfel să reprezinte o negare a autenticului, manifestându-se drept artă-surogat. Din punct de vedere estetic, el constituie un stil care, de fapt, neagă orice stil. Astăzi fenomenul „Kitsch” ia cele mai diverse forme, conducând la confuzia valorilor în imensa piață de desfacere, în special, publicul incult. Pentru a evita acest fenomen, este necesară propagarea valorilor autentice estetice, inclusiv ale costumului: armonia, echilibrul, simplitatea și claritatea liniilor, punerea în valoare a valențelor artistice ale motivelor care au fost concepute, bine gândite și armonizate ale unui costum.

În cadrul educației estetico-artistice se vor evita:

- „dulcegăriile”, „vulgaritățile”, „reinterpretările folclorice”;
- inesteticul exterior al purtătorului și erotismul demonstrat în societate;
- dezordinea compozițională care duce la sentimente de ultraj și oboseală;
- amestecul din mai mult de 2-3 stiluri vestimentare;
- exagerarea exoticii cu profilarea unor imagini, motive;
- aglomerarea accesoriilor ieftine neechilibrate;
- neconcordanța dintre calitatea materialului și destinație etc.

În acest sens, se va educa tendința de combatere a multor fenomene, cum ar fi fenomenul „Kitsch”, dar și atitudinea pozitivă față de valorile culturii estetice autohtone.

Despre latura estetică a designului vestimentar în sens modern, și anume despre costum, trebuie să facem unele precizări. Arta costumului clasic, cu manifestările sale creative, reunește în mod organic aspectul spiritual cu cel material.

Principiile educației estetice presupun crearea „frumosului natural”. Ele orientează societatea pe circuitele reușitei formative, care concentrează experiența pozitivă acumulată în designul vestimentar și reflectată în cultura estetico-artistică a personalității formate capabile de autoevaluare. În acest sens, fenomenul educativ al costumului prevede o cultivare a creativității și imaginației artistice, a sensibilității estetice, a percepției formelor și culorilor, valorificând valențele estetice ale creației vestimentare.

Referințe:

1. Oros Constantin. Pagini din istoria costumului. - Cluj Napoca: Dacia, 1998, p.185.
2. Ibidem, p.187.
3. Pascadi Ion. Gustul între da și nu. - București: Tineretul, 1968, p.5-6.
4. Nanu Adina. Arta pentru om. Look-ul și înțelesul semnelor vestimentare. - București, 2001, p.11.
5. Ibidem, p.15.
6. Curteza Antonela. Design vestimentar. Noțiuni fundamentale. - Iași: Performantica, 2003, p.61.
7. Mândăcanu Virgil. Axarea, pregătirea cadrelor didactice pe competențe profesionale de performanță în contextul standardelor curriculare / Tehnologii educaționale moderne. Vol. II. - Chișinău, 2000, p.12.
8. Berchina Doina. Moda pe interesul tuturor. - București, 1999, p.15.

Prezentat la 03.12.2008