

# 男装设计中创新思维的研究

文 / 冯玲玲

**摘要:**创新思维是设计的灵魂,服装的创新思维就是其创意结合当下的时尚来进行设计。创新性男装设计具有独特性和新颖性两大特征,只有将横向思维与纵向思维、发散思维与收敛思维有机结合,大胆发挥逆向思维才能将男装设计的复杂性解构和简单化,从而使其设计构思具有可操作性。

**关键词:**男装;特征;创新思维

服装设计离不开创新,它的创新性思维具有较高的新颖性和独创性。所谓创新思维,是指人脑对客观事物进行有价值的求新探索而获得独创结果的思维过程。创新思维是创造活动的主导部分,是主体创造能力的源泉,是人类一切思维活动占第一位的最高层次的活动。<sup>[1]</sup>对于创新思维特征的概述有很多,结合男装设计特征,可将男装设计中的创新思维概括为独特性、新颖性两大特征。本文首先介绍男装设计中的独特性、新颖性,进而探讨如何在男装设计中做到创新,以为男装设计者提供借鉴。

## 1 创新性男装设计的两大特征

### 1.1 独特性

男装设计的创新思维发展是当代社会的客观要求。美国心理学家吉尔福特(J. P. Guilford, 1897-1987)认为:“人类思维的独特性是最具有创造才能的人所拥有的最重要的素质,同时也是鉴别人类创造能力高低的衡量标志”。创新思维的独特性表现在思考问题的“独到”和“最佳”,所谓“独”就是独一无二,这是男装设计中创新思维最明显的特征。<sup>[2]</sup>

独特性使服装设计师具有创造力,表现在

设计作品的新颖性和首创性。自古以来,人类对男女之分显得谨慎。中国人将天地万物划分阴阳,男女有别,在这种根深蒂固的传统价值观下设计出来的时装,只需要看颜色和细节部分的处理便可以轻易判断这件衣服属于男性或女性,也很少质疑这些“潜规则”的合理性。西方传统千百年来亦是如此。但是,在1966年在女权运动尚未启蒙的年代,法国著名服装设计设计师伊夫·圣·洛朗(Yves Saint Laurent, 1936-2008)为女性设计出了第一款前无古人、后无来者的男装——吸烟装(图1),一种汲取男士礼服干净、利落特点的设计,其大胆开启中性风格。虽然吸烟装为女式服装,但其实为男装的变种。伊夫·圣·洛朗这一突破传统限制作品的产生就是创新思维中独特性思维的表现。

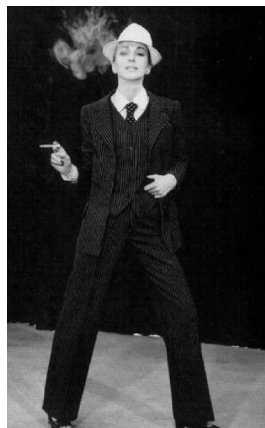


图1:吸烟装

川久保玲(Rei Kawakubo, 1942-)向来以



图2:Comme des Garçons2013秋冬男装发布会上的兔男郎

天马行空的设计惊艳于时尚圈,2013年Comme des Garçons(川久保玲创立的品牌)秋冬男装周,她让兔男郎穿上小清新的粉色西装(图2),让人眼前一亮。2013秋冬Comme des Garçons的设计与青春期和少年梦有关,讲了一个关于“青年树”的寓言故事,暗示此设计系列与青春期和少年梦有关。

随着树的成长,不同季节和意外的元素力量,都在成熟的过程中,生根发芽。这点很符合川久保玲以往的设计框架:天真无邪,性向难辨。米老鼠、兔八哥的头饰,让Comme des Garçons系列中的男孩,搞怪十足,极富独特性。

### 1.2 新颖性

开拓创新、进行突破是创新思维的基本要求。创新地认识事物、解决事物在于不局限于原有的经验,独立地创造出新观念、新经验、新理论和新方法。由创新思维构想出来的,可能是前所未有的全新的事物,也可能是在旧事物上新的挖掘,这种挖掘一定也是别人没有想过或者做过的。例如可以在原有理论上进行扩充或扩展,也可以是在理论和实践上开辟新的领域。如Dolce & Gabbana(杜嘉班纳)2014秋冬最新一季(图3)中男士摇身成为有如美剧《权力的游戏》中对权力和战争充满欲望的原始男性,头戴王冠如年轻的领主一样随时准备出征侵略。在设计师Stefano Gabbana和Domenico Dolce领导下的Dolce & Gabbana最出名的大面积人像印花设计,此时都变成了拿权杖的君主、穿盔甲的士兵以及象征原始欲望的肉体,其男装秀上充斥着原始野蛮的男性气概不容置疑。从秀场布置到男装印花、廓形以及华丽的珠宝配饰无一不在强调权力和欲望,这次别出心裁的主题让这一系列服装有了不一样的新鲜感,也让一直关注它们品牌的忠实粉丝们有别样的惊喜。



图3:Dolce & Gabbana 2014秋冬男装发布

## 2 男装设计中创新思维形成

创新思维是一种以独特、新颖的方法解决问题的思维,是不同与一般的思维过程,它要求打破常规,将已有的知识经验进行改组或重组,创造出新的思维成果。同样的设计素材随处可得,可对素材的理解和运用成为所设计的作品的成功与否的关键,因此由于每个人的思维不一样存在着巨大的差异。在男装设计过程中,前期需要靠左脑的逻辑思维功能去搜集材料、储存经验,但在后期新思维、新理念、新假设产生的过程中就需要右脑的创新思维——横向思维与纵向思维、发散思维与收敛思维、逆向思维充分发挥作用。

### 2.1 横向思维与纵向思维

横向思维是指突破问题的结构范围,从其他领域的事物、事实中去认识、分析事物,或者研究一种事物与其他事物之间相互关系的特点,是一种同时性的横向比较思维。横向思维要求我们从各种不同的角度思索问题,然后再确定并找出最佳答案,在分析研究事物的基础上,通过多方位、多角度、多方向的比较研究,得到启示而产生新设想。<sup>[3]</sup>纵向思维是指在一种结构中,按照有序的、可预测的、程式化的方向进行的思维方式,它是一种符合事物发展方向和人类认识规律的思维方式,它通过比较事物的过去、现在、未来,使我们能够科学地认识事物发展的客观规律,同时也揭示了事物发展的反复性和复杂性。<sup>[4]</sup>

例如2014年迪奥·桀傲(Dior Homme)秋

冬男装发布会上,Kris Van Assche(1976-)化用 Dior 先生作品中有魔力的元素,遵循了最原汁原味的 Dior homme 的风格,这具有明显的纵向思维特征,这成就了 Kris Van Assche 为 Dior Homme 创作出迄今为止他最强势的一场秀。这种强势体现在精工雕琢的细节里,Dior 先生 Savile Row 的细条纹套装被延伸、改造成无数版本:细条纹、宽条纹、不规则,刺绣或者皮条纹,这更是纵向思维的深入和深度挖掘(图 4)。



图 4:2014 迪奥·桀傲(Dior Homme)秋冬男装中纵向思维的体现

这场秀的中出现了三件套和四粒扣,是 Dior 全新的概念。Kris Van Assche 通常会被自己的固有风格限制,把他在“工装、牛仔和运动鞋”的固定街头风格模式融入了正装剪裁中。在宏观上,一件日本尼龙卡其色派克大衣,或是一件同样布料的工装夹克,套在了条纹套装的外面;在微观上,一个尼龙口袋被缝在细条纹裤子上,一个拉链口袋在细条纹西装上衣的袖子上。而此次秀中 Kris Van Assche 说他自己“探索多样化”,这是其在横向比较自己原有风格基础上进行的创新,这具有明显横向思维的特征。

## 2.2 发散思维与收敛思维

发散思维是指由一个信息刺激而产生多个信息的思维方式,这种思维方式的活动中,人们的思维不受任何框架的限制,能充分的发挥探索性和想象性。发散思维是创新思维的最基本的形式,是人们进行创新活动的最重要、最起码的要求。<sup>[5]</sup>收敛思维也叫做聚合思维、集

中思维,也是创新思维的一种形式,是指多个信息合成一个有创意的新信息的思维过程。<sup>[6]</sup>收敛思维与发散思维不同,发散思维是从要解决的问题出发,想的方法和途径越多越好,总是追求还有没有更多的方法,而收敛思维是指在众多的现象、线索、信息中,向着问题的一个方向思考。形象的说,收敛思维就如聚光灯样,将所有光源集中指向一个焦点。如 Alexander McQueen(1969-2010)米兰时装周 2009 年秋冬发布被命名为“The McQueen’s berry Rules” (图 5) 的设计灵感绑定在 19 世纪在拳击场上讲究“公平原则(The Kingsbury Rules)”的贵族 The Kingsberry 身上。



图 5:Alexander McQueen2009 秋冬时装秀

一方面,这一设计主题体现了思维的发散性,无论如何都无法想象男装的设计灵感可来源于 19 世纪拳击场上的“公平原则”。另外这次时装秀中所有模特都一副《纽约黑帮》里帮派人士的模样,画着墨黑的眼妆,拿着顶部饰银的手杖,穿着华服大步流星,典型的 McQueen 风格集中的诠释了晦涩的恐怖主义和粗野风格,这种服饰的设计和 T 台上秀的设计无不体现发散性思维的信马由缰。另一方面,棕褐色或黑皮质地的军装外套和衣襟上蔓延着丝质提花纹样的长大衣设计极具思维的收敛性。设计师为大衣搭配紧身裤装,其目的在于不抢走大衣的光彩,这起到突出大衣的收敛效果。此外,此次时装秀中华美的针织单品,如异教徒式的手工艺披肩,与苏格兰男士褶裥裙的搭配,也是为了更好地凸显重点,起到收敛的效

果。所有充满戏剧性的 Look 都有所侧重地突出一些服饰,勾起人们的购买欲望。

### 2.3 逆向思维

逆向思维又称反向思维,是一种改变固有的思维模式,从相反的、对立的角度分析问题,作出全新的、非常规的思考。<sup>[1]</sup>逆向思维是在设计中被普遍运用的、最有效的设计变通方法。在潮流更替频繁的服装界,求新求变是永久的主题,逆向思维正是彰显设计师个性的良药。但由于它的“非常规”容易被社会误解,不被社会立刻认同,需要经过时间和实践的检验后,设计师的成功才会被世人公认。逆向思维打破了正统的设计原则和形式,能使设计师找到一种逆向解决过于理性和呆板的设计方式。当然运用逆向思维设计也不能是无意义的或随心所欲的改变,反而更需要在创新中重视传统,重视内在结构因素和总体性考虑。

在 Burberry Prorsum 2014 年秋冬男装发布秀上(图 6),BURBERRY 品牌的创意总监 Christopher Bailey (1971 年-)将严谨的英伦传统风格与追求自由、豪放的吉卜赛人和颓废派的文化人代表的波西米亚风格结合,使波西米亚风格混搭让人眼前一亮。这一场称之为《如诗如画的旅程》的“油画”之旅(因为波西米亚人的流浪生活场景经常被画上油画上)成为



图 6: Burberry Prorsum 2014 秋冬男装

了 Bailey 的系列主题,唯美主义贯穿于整个系列之中:充满秋天意味的精美裤子,纯手工绘制的地毯式图案的皮革包包,流苏仿鹿皮外套和马毡随意覆盖手臂也同样暗喻着 Bailey 的主题。如果它们是这个关于男子气概时尚故事的华丽辞藻,那么法兰绒、粗花呢,还有鞋子就是支撑着这个故事的主要框架。BURBERRY 将豪放颓废的波西米亚风融入英伦奢侈老牌的无不体现了创新思维中的反向思维模式。

### 3 结语

男装发展到如今,不断推陈出新、变化不断。T 台的服装流行资讯节奏加上产品的多样化、生产过程的自动化、快批量生产和信息技术的发展缩短了产品设计到成品上市的时间间隔。从男装的发展趋势不难看出,现代的男装正朝着多样化的方向发展,消费者对新颖的设计、款式的变化、面料及工艺质量要求更高,加大了男装设计的复杂性。只有充分认识到创新性男装设计的独特性、新颖性,做到横向思维与纵向思维、发散思维与收敛思维有机结合,大胆发挥逆向思维才能将现代男装设计的复杂性解构和简单化,可为男装设计构思的实践操作提供思路。

### 参考文献:

- [1]甘自恒. 创造学原理和方法——广义创造学[M]. 北京: 科学出版社, 2003: 106.
- [2]刘冰冰. 现代服装设计中创造性思维的分析与研究[D]. 西安工程科技学院硕士学位论文, 2006.
- [3][4]胡小平. 现代服装设计创意与表现[M]. 西安: 西安交通大学出版社, 2002: 20、72.
- [5][6][7]王惠连. 创新思维方法[M]. 北京: 高等教育出版社, 2004: 54、72、63.

(收稿日期: 2014 年 1 月 18 日)