

Imidža dizainera jeb imidža stilista profesija piesaista daudzus cilvēkus sev raksturīgās izsmalcinātības, nesaraujamās saiknes ar modes pasauli un radošās brīvības dēļ. Kursu un skolu, kas sola iemācīt visu šīs profesijas pārstāvjiem nepieciešamo, ir simtiem. Taču – kā noskaidrot, kur iespējams iegūt patiesi kvalitatīvu izglītību, kas pavērs darba perspektīvas un attīstības iespējas, un kur sagaidāma vien mānīga apmācība? Mēs palūdzām pacīstamo imidža dizaineru un modes analītiki, Starptautiskā mācību centra „Bogomolov’ Image School” vadītāju Konstantīnu Bogomolovu pastāstīt par izglītības iestādes atlases kritērijiem un šīs modernās profesijas īpatnībām.

Konstantīns Bogomolovs, imidža dizainers un modes analītikis, Starptautiskā mācību centra „Bogomolov’ Image School” vadītājs (Rīga, Latvija)



www.bogomolov.lv

BOGOMOLOV
IMAGE SCHOOL

KĀ KĻŪT PAR IMIDŽA DIZAINERU

Pirmkārt, imidža dizainers – tas ir amats vai māksla? Vai ir nepieciešami kādi dotumi šī amata veikšanai, vai arī visu nepieciešamo iespējams iemācīties?

Es atļaujos šo atbildi pārformulēt piezemētākā veidā – tā ir profesija, arods. Tāds pats kā friziera, nagu stilista un vizāžista amats. Imidža dizainers – tas ir cilvēks, kas specializējas sava klienta vai kāda projekta tēla veidošanā. Taču, lai šajā profesijā varētu kvalitatīvi strādāt, protams, cilvēkam ir jābūt dotibām. Dieva dāvana – tas ir netvermas jēdzīni, taču tas piemīt daudziem cilvēkiem dažādās jomās – kāds talantīgi sacer mūziku, turpretī cits to talantīgi klausās, kāds apdāvīnāti veido modi, savukārt cits – ar lielu eleganci šo modi iznes.

Imidža dizaineram ir jāprot savam klientam izveidot tēlu, respektīvi, šim speciālistam ir jāsaprot cilvēki. Pārveidojot to profesionālā valodā – imidža dizaineram ir jābūt arī psihologam. Ir jāprot ar klientu komunicēt, jānoskaidro klienta motivāciju un tā jāizprot. Nedrīkst iet pa izmēģinājumu un klūdu tacīnu, bet gan ir jāsaprot, kādēj klientam ir nepieciešams jauns tēls. Un – vai tas vispār ir vajadzīgs. Tādējādi izrādās, ka nozīmīgākais dabas dāvātais talants, kam jāpiemīt imidža dizaineram, ir prasme mīlēt un saprast cilvēkus.

Kā iemācīties saprast klientu?

Daudzi radoši cilvēki, kas strādā šajā profesijā, virzās pa intuīcijas ceļu, izskaidrojot gaumes un harmonijas sajūtu maskētās, vispārīgās frāzēs, teiksim, "tas visiem nav dots", "jums to nesaprast", "es tā redzu". Taču harmoniju ir iespējams pārbaudīt ar algebras starpniecību. Un pajauties tikai uz talantu, iedzīmtu skaituma izjūtu nav pietiekami. Ir nepieciešams pārzināt tēlu, apgērba, sejas un frīzūras kompozīcijas likumus. Stilistikas pārvaldīšana – visu stilu, trendu un tendenci, kas šobrīd eksistē mūsdienu modes pasaulei un pastāvējušas līdz šim brīdim, pārzināšana. Tāpat ir jāpārvalda arī asociatīvais dizains – prasme radīt asociatīvu tēlu, pēcāk to vizualizējot.

Lūk, vienkāršs piemērs. Mēs skatāmies uz klienti – vija ir klusa un maiga, mierīga un kautrīga. Un, kas tad sanāk – vai tad mums viņas tēls uzreiz ir jāpārveido līdzīgi spilgtai maitai? Nē, mums ir jāprot asociatīvi koriģēt šīs klientes tēlu. Ir jāuzdzod jautājums – kā pietrūkst viņas imidžā? Varbūt rakstura vai dinamikas? Bet varbūt izsmalcinātības un radošuma? Un tikai pēc tam mēs varam meklēt tos vizuālos līdzekļus, kas spēs šīs asociācijas atklāt.

Kā un kur Jūs pats esat mācījies?

Bez šaubām, stilistam ir jābūt pamata izglītībai. Manējā bija saistīta ar apgērba dizainu un tehnoloģijām, taču man ar to nebija pietiekami. Es mācījos arī psiholoģiju, mākslas vēsturi, socioniku, piāra tehnoloģijas. Tāpat apguvu arī ar biznesu saistītus aspektus, jo imidža dizainers iemieso arī nepieciešamību vadīt savu privāto biznesu.

Neceriet uz to, ka kādi nedēļu ilgi ekspress-kursi, kas maksā ārkārtīgi lielu naudu un sola izsniegt zelta diplomu, padarīs Jūs par profesionāļiem. Cilvēkam, kas ikdiņā strādā ar ļaudīm, ir jābūt eruditam, jo tieši erudīcija nodrošina bāzes kursu. Tājā pašā laikā, manuprāt, pašas svarīgākās disciplīnas ir psiholoģija, kompozīcija, modes stilistika un asociatīvā dizaina iemājas.

Izklausās tā, it kā nepieciešams iegūt otru augstāko izglītību.

Diemžēl augstākās izglītības iespējas šajā sfērā šodien neeksistē. Mūsdienīgam imidža dizaineram ir jāorientējas uz 19. gadsimta modes izglītību, apmeklējot meistarklases pie dažādu virzienu speciālistiem. Tomēr akcentēšu vēlreiz – stilista izglītības pamatā ir jābūt imidža dizainera bāzes kursam, kas uzreiz cilvēku ievirza profesionālajā orbitā. Savukārt pēc tam speciālists varēs pastāvīgi bagātināt savu izglītību ar papildu zināšanām un prasmēm saskājā ar to nepieciešamību.

Kas atšķir labu skolu un labu pasniedzēju? Un – kam ir jāizraisa aizdomas kursu izvēles brīdī?

Eksistē daži momenti. Pirmkārt, uzreiz atteiksimies no 7 dienu un 10 dienu skolām. Pat tādā gadījumā, ja tās sevi dēvē par akadēmijām un to nosaukums ir rakstīts angļu valodā. Manā skatījumā, šādu skolas vislabāk raksturo jēdziens "spekulācija". Es neticu šāda veida izglītībai. Būtiska uzmanība ir jāpievērš mācību stundu skaitam, kura apjomam ir jābūt 200 līdz 400 akadēmisko stundu robežās. Teorijas un prakses attiecībai jābūt aptuveni 40 pret 60.

Tāpat nozīmīgi ir izpētīt programmu. Ja tajā neietilpst psiholoģija, uzreiz ir vērts aizdomāties. Savukārt, ja tā ir paredzēta programmā un tiek plānota Freida vai Junga psiholoģijas apguve (kas, bez šaubām, ir interesanta, par to neviens nestrīdas), tad tas nozīmē vien to, ka konkrētā skola šādā veidā ar akadēmisko stundu skaitu mākslīgi cenšas aizpildīt mācību apjomu. Psiholoģija ir jāpiemēro konkrētajai profesijai – ir jāapgūst personības, tēla, servisa, komunikācijas un komandas darba psiholoģija.

Tāpat programmā ir jāietilpst kompozīcijas akadēmiskajai bāzei. Taču, ja skola piedāvā jau gatavus risinājumus ("šobrīd mēs apgūsim sešus figūras un piecus sejas ovālu tipus, bet pēc tam iedomis Jums katram veidam gatuvu recepti"), tas ir nepareizi. Šīs formulas reālajā dzīvē nestrādā. Stilistam pašam ir jāprot veidot šos likumus atbilstoši katram sejas un figūras tipam. Ne tikai sešiem cilvēkiem, bet gan tiem miljoniem ļaužu, kas eksistē reālajā pasaulei. Un – bez akadēmiskiem pamatiem šajā gadījumā never iztikt.

Ieteicams noskaidrot, kas ir izstrādājis konkrēto programmu. Iesaku uzticēties tām skolām, kur klātesošs ir autora vārds. Ja programmu izstrādā konkrēts cilvēks un skola nes pasaulei šīs personības nospiedumu – tas manī allaž izraisa uzticību. Pret abstraktiem nosaukumiem un bezpersoniskām franšīzēm es attiecos skeptiski.

Ir vēl viens aspekts, kas man parasti liek saausīties – tie ir izglītības modeļi, kuru sistēma ir izveidota dažādu līmenu kursos. Piemēram, Jūs izejat pamata līmeni un Jums tiek piešķirts kaut kāds diploms. Pēc tam Jums piedāvā apgūt nākamo līmeni un pēc tam vēl augstāku līmeni, kurā sola atklāt kaut kādus īpašus iepriekš apgūto priekšmetu smalkumus un niances, samaksājot par to papildu naudu. Es nezinu, kā iespējams kādu mācību priekšmetu, piemēram, kompozīciju vai psiholoģiju, sadalīt pamata, vidējā un augstākajā etapā. Manuprāt, šis ir vienkāršs mārketinga gājiens.

Kas attiecas uz diplomu... Esmu pārliecināts, lai kāds tas arī būtu, ka tas ir tikai papīrs. Un papīra dēļ vien nav vērts iet mācīties. Tomēr ir vērts painteresēties, vai izvēlētā programma ir licencēta Izglītības ministrijā. Licence – tas ir kvalitātes kritērijs. Ja kāda izglītības iestāde ir apstiprinājusi, ka šī programma ir piemērota cilvēku apmācībai, tam ir liela nozīme.

Uz kādiem nepatikamiem pārsteigumiem studentiem ir jābūt gataviem, apgūstot šo profesiju?

Mācībās – tas ir smags darbs. Lūk, galvenais pārsteigums, kas sagaida daudzus studentus. Mūsdienu izglītības patēriņājus, raugoties no manas pieredes, raksturo šāda problēma – viji pret mācību procesu attiecas līmenī: "man ir interesanti – tātad pasēdēšu, paklausīšos; man ir grūti vai neizdodas, vai es vispār nekad šī zināšanas neizmantošu – tātad varu neapmeklēt nodarbību". Ir nepieciešams sagatavoties smagam darbam un jāapgūst arī grūti priekšmeti. Teorijas mācīšanās, praktisku iemaņu apguve, rakstu darbu izpilde... Rezultātā visi puzles gabaliņi noteiktai saliksies vienā kopīgā attēlā.

Cik maksās mācības?

Atkarībā no skolas. To diktē tirgus. Mēs nevaram salīdzināt, teiksim, *Istituto Marangoni* vai *Central Saint Martins College of Art and Design* mācību cenu ar kādu Rīgas mācību centru. Maksa tiek noteikta atkarībā no situācijas un iekšējā tirgus cenu līmena.

Ar kādiem papildu izdevumiem, izņemot kursu cenu, studentam ir jārēķinās?

Daudzās skolās papildu izdevumus veido maksa par materiāliem, fotogrāfi, modeļiem, kā arī par portfolio izgatavošanu. Uz to ir jābūt gataviem. Šim aspektam ir jāpievērš uzmanība, noskaidrojot šo jautājumu mācību centra izvēles brīdī. Es priekšroku dodu "viss iekļauts" sistēmai. Ideālā gadījumā – nekādu piemaksu un cenai ir jābūt noteiktai mācību perioda sākumā, tai vēlāk nemainoties. Es savā skolā esmu nonācis tieši līdz šim modelim un uzskatu to par visērtāko risinājumu.

No kā ir atkarīgs imidža dizainera ienākumu līmenis?

Pirmkārt, no nišas, ko ieņem konkrētais speciālists. Kad cilvēki savā ikdienā lieto jēdzienu "stilists", visbiežāk viji neapzinās to, cik plašs formātu un specializāciju loks ietilpst šajā profesijā. Pateicoties glancētiem žurnāliem un televīzijas projektēm, cilvēkiem ir radies iespāids, ka augstākais stilista sasniegums ir strādāt ar zvaigznēm. Tādējādi stilists it kā atrodas VIP zonā. Taču patiesībā, kad stilists strādā ar zvaigznēm, viji visbiežāk šī darba rezultātā gandrīz neko nenopelna.

Stilists ir pakalpojuma sniedzējs, ja vēlaties – apkalpojošais personāls. Viņš pats nav zvaigzne. Vēl jo vairāk – stilistam nereti nav pa kabatai tie zīmoli, kuros viņš ietērpj savu klientu. Taču šis imidža dizainers var nopelnīt diezgan labu naudu dzīvošanai, pateicoties darba apjomam un lielam klientu skaitam.

Daudzi stilisti, specializēto skolu absolventi, kas sapļo par VIP klientiem, ne īpaši saprot, ko tas nozīmē. VIP klients – tā nav šovbiznesa zvaigzne vai izlūtināta dāmīte. Tas ir biznesmenis. Kā likums, augsta ranga. Ar Joti ierobežotiem laika resursiem un iespēju samaksāt naudu, lai šo laiku ietaupītu. Un tieši šajā gadījumā nākas atteikties no vidusmēra klientiem un kaut kādā mērā kļūt par personīgo palīgu. Lai pārietu VIP līmeni, nav nepieciešami kādi īpaši talanti vai zināšanas. Tas ietver paša stilista vēlmes, saprotiet pareizi, tas atkarīgs no viņa profesionālās un radošās zonas komforta robežas. Stilists savu vietu profesionālajā vidē var ieņemt 1-1,5 gada laikā. Mēs parasti sākam ar vidējo klasi, kas ir mūsu potenciālais klients.

Taču sākotnēji stilistam ir jādara viss. Jā, individuālais klients – tas ir viens no galvenajiem ienākumu avotiem. Tomēr imidža dizaineram ir jābūt ambiciozam un drosmīgam arī visās citās jomās. Šajā gadījumā es domāju šovbiznesu, glancētos žurnālus, modes skates. Daudz kas tiek veiks bezmaksas – prasmju realizācijai, pieredes gūšanai, piāra dēļ.

Manuprāt, stilista veiksmes formula sastāv no trīs komponentiem – darba, zinātkares un drosmes.

Kādu padomu Jūs dotu imidža dizaineram iesācējam?

Pats lielākais topošo stilistu klupšanas akmens ir bailes. "Ja nu neizdodas?" "Ja nu es neatstrādāšu cenu, ko esmu noteicis kā honorāru?" "Ja nu cilvēki arī bez manas palīdzības labi orientējas modē?" Šīs bailes ir saprotamas – kad cilvēks ilgi un neatlaicīgi darbojas kādā jomā, viņam sāk šķist, ka daudzas lietas ir skaidri redzamas un plaši pieejamas – to tāpat zina visi. Šo baiļu dēļ viji sāk sevi pazemināt, kaut gan lieliski pārzunga un orientējas šajā jautājumā.

Es diemžēl zinu vairākus piemērus, kad Joti talantīgi, ārkārtīgi kreatīvi stilisti nonāk strupceļā un nespēj izveidot savu privātpraksi, baiļojoties neattaisnot klientu cerības. Rezultātā viji iestrēgst mūžiglības līmenī – "Nē, es vēl neesmu pietiekami gatavs darbam", "Nē, es vēl apmeklēšu kārtējos kursus", "Nē, man vēl ir jāpamācās". Un šīs, mūžīgā studenta, komplekss atņem daudz iespēju. Ľoti būtiski ir ticēt sev – tas arī ir mans galvenais padoms.

