

ФОТОГРАФИЯ ПОСТМОДЕРНА В ЖУРНАЛАХ МОД POSTMODERN PHOTOGRAPHY IN FASHION MAGAZINES

Н.А. АРХИПОВА
N.A. ARHIPOVA

(Московский государственный текстильный университет им. А.Н.Косыгина)
(Moscow State Textile University "A.N. Kosygin")
E-mail: office@msta.ac.ru

Предметом исследования были fashion-фотографии периода постмодерна в западно-европейских и американских журналах мод. В результате исследования было выявлено, что фотография постмодерна в журналах мод развивалась очень динамично, сменяя образы и технику исполнения благодаря применению средств компьютерного дизайна.

Fashion-photos of the period of the Postmodern in the West European and American fashion magazines were an object of research. As a result of research it has been revealed that the postmodern photo in fashion magazines developed dynamically, replacing images and technics thanks to the application of computer-aided design.

Ключевые слова: fashion-фотография, журналы мод, постмодерн, рекламные сообщения, иллюстрации мод.

Keywords: a fashion-photography, fashion magazines, a postmodern, advertising, fashion illustrations.

Постмодерн в fashion-фотографии стал появляться в рекламе Западной Европы и Америки с конца 60-х гг. XX века, однако широкое распространение он получил в 80-е гг. XX века, когда сформировалось четкое представление о "провокации" в изображении, и постмодерн приобрел массовое распространение.

С эпохой постмодерна исчезает некий пафос модернизма, где гуманизм и рационализм становятся иллюзией. Смешение стилей и стилевых направлений – неодадаизма, поп-арта, концептуального искусства, андеграунда, психоделии, эклектики, панк-культуры – постмодерном комбинируется, осмеивается или пародируется. Художественное искусство становится "относительным", то есть произведение искусства трактуется как некое сообщение. Вместо реальности – ценится виртуальность, становится актуальной ценность игры.

Именно в это время в индустрии журналов мод и fashion-бизнесе возникло понятие "гламур", ассоциирующееся с неискренностью, вычурностью, эпатажем.

Фотографии эпохи постмодерна, последней четверти XX, в журналах мод присущи яркие "кричащие" цвета, изображение обнаженной натуры и чувственных эмоций на лицах моделей. На фотографию постмодерна оказало огромное влияние творчество фотохудожников: Хельмута Ньютона, Давида Ляшапеля, Джона Ранкина, Стефано Мэйя и Элен фон Унверт.

XX век дал женщинам настоящую свободу: сковывающий движения корсет остался в далеком прошлом, ценность "семьи и брака" ушла на второй план, актуализировалась ценность карьеры. Изменения в психологии общества привнесли в образ изображения моделей в иллюстрациях мод новые позы, образы и новое понимание женской красоты. В русском издании

"VOUGE" (№9, сентябрь 2007 года) авторы Ольга Дунина и Наталья Чернова проанализировали типологию поз, применяемых в модной фотографии XX-XXI вв. в статье под названием "Язык тела".

Первая поза – "руки в боки", которая впервые стала известна благодаря появлению New Look. Изящный изгиб рук сжимает тонкую талию с широкой юбкой и декоративным корсетом на фотографиях 50-ых годов XX века. Впервые эту позу сфотографировал Генри Кларк, затем Ирвин Пенн. С тех пор эта поза стала излюбленной темой в изображении моделей в модных костюмах на фотографиях XX-XXI веков.

Вторая поза – "руки за голову". В конце 40-х гг. XX века Клиффорд Кофин стал фотографировать модели с более соблазнительными позами и жестами – поднятыми вверх руками, демонстративно поправляющими волосы или запрокидывающими голову назад.

Третья поза – "прыжок вверх", изображает свободу движений. С техническим прогрессом фотокамеры научились передавать новый темп жизни. "Прыжки вверх" – одно из новшеств начала XXI века в иллюстрациях мод. Одним из основателей "прыжков", новой динамичной композиции для модных изделий текстильной и легкой промышленности, стал фотограф Стивен Майзел [1].

Женщины Западной Европы в 80-х годах XX века открыли для себя мир роскоши и гламурной жизни. Неоновые цвета, декоративные стрелки на веках и ярко-красная губная помада становятся главной темой изображений в фотографиях пост-модерна в журналах мод.

В 80-е годы XX века фотомодели стали получать большие гонорары. Именно в 80-е гг. XX века стало необходимым для карьеры модели стать изображением обложки популярного журнала мод. Prestижность журнала определялась числом приглашенных моделей-звезд.

Одним из новшеств в фотографии пост-модерна стало появление на обложках ведущих журналов мод обнаженных актрис и моделей, "в положении". Первым

фотографом, кто создал сенсационный снимок, стала Энни Лейбовиц, в 1983 году для журнала "Vanity Fair", изображающий голливудскую актрису Деми Мур.

В 80-е годы XX века изменился характер модного образа – с лиц манекенщиц исчезла улыбка. Серьезное, иногда даже безразличное и загадочное, выражение лица стало неотъемлемым элементом портретного жанра. В моду вошел загар, так как на мировых подиумах появились чернокожие модели. Именно в 80-е годы XX века стали модными высокие стройные манекенщицы с красивыми округлыми формами. В 80-е годы XX века зародилось движение "поп-музыки", появилось понятие "уличная культура", которая также нашла свое отражение в жанрах журнальной фотосъемки.

В 90-е годы XX века в фотографиях журналов мод раскованный образ модели постепенно был замещен на образ молодой, успешной, эмансипированной женщины. В это же время появилось понятие "унисекс". К концу 90-х годов XX века на подиуме были востребованы очень высокие и худые модели, образ девочки-подростка стал превалирующим в индустрии моды. Модным стало наносить на тела татуировки и пирсинг.

В конце 90-х годов XX века с развитием компьютерных технологий появляется новая техника цифровой фотографии и компьютерного дизайна фотографий с помощью графических программ.

Чтобы подробно следить за развитием моды в мире роскоши, в Западной Европе в 90-е годы XX века были выпущены новые журналы, соответствующие ожиданиям различных поколений: "Muteen" – для молодых людей в возрасте от 15 до 20 лет с дерзким и модным тоном, "Jalouse" – для тех, кому от 20 и до 34 лет.

С последней четверти XX века на решение рекламного образа моделей в журналах мод оказывают влияние различные молодежные субкультуры.

Для большинства журналов мод XX столетия ведущим приемом рекламного графического дизайна обложек стало сочетание фотографии и типографики.

В результате исследования было выявлено, что фотография постмодерна в журналах мод развивалась очень динамично, сменяя образы и технику исполнения благодаря применению средств компьютерного дизайна. Искусство фотографии 60-70-х гг. XX века приобретало строгую форму элитного произведения искусства. Фотография в рекламных сообщениях в журналах мод в 60-70-х гг. XX века прошла эволюцию от статичного портрета до динамичного изображения модели с выражением ее собственной индивидуальности. Фотография в журналах мод в период 60-70-х гг. XX века заняла прочное место в мире графического дизайна, выделившись в отдельный вид дизайна – журнальную фотографию мод.

В 80-е гг. XX века престижность журнала определялась числом задействованных популярных топ-моделей.

К концу 90-х годов XX века появились очень высокие и худые модели, образ девочки-подростка стал особо актуальным в индустрии моды.

В конце 90-х годов XX века с появлением цифровой фотографии, компьютерной обработки фотографий, появилась новая техника компьютерной ретуши фотографий с помощью графических программ.

С последней четверти XX века и по настоящее время на решение рекламного образа моделей журналов мод оказывают влияние различные молодежные субкультуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. // VOUGE / – 2007, №9.
2. *Eleanor Heartney*. Postmodernism (Movements in Modern Art). Cambridge University Press. – 2001.

Рекомендована кафедрой графического дизайна и рекламы. Поступила 03.06.11.
