

Лапик Наталья Александровна

ПОЛИСТИЛИЗМ В СОВРЕМЕННОЙ МОДНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ: ОТ СТЕРЕОТИПА К ОБРАЗУ ГЕРОЯ

Статья посвящена актуальной теме образа в современной модной иллюстрации. Автор рассматривает полистилизм с точки зрения многообразия модных образов в иллюстрации, модный образ-стереотип как художественный образ героя. В статье проанализированы объективные и субъективные факторы формирования "идеального" образа в иллюстрации, представлена авторская классификация образов и предложены области ее практического применения.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/11-1/28.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 11 (49): в 2-х ч. Ч. I. С. 115-120. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/11-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hlist@gramota.net

УДК 7.041.6

Искусствоведение

Статья посвящена актуальной теме образа в современной модной иллюстрации. Автор рассматривает полистилизм с точки зрения многообразия модных образов в иллюстрации, модный образ-стереотип как художественный образ героя. В статье проанализированы объективные и субъективные факторы формирования «идеального» образа в иллюстрации, представлена авторская классификация образов и предложены области ее практического применения.

Ключевые слова и фразы: модная иллюстрация; стиль; полистилизм; образ; штамп; стереотип; архетипичность.

Лапик Наталья Александровна

Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств
lapique@mail.ru

**ПОЛИСТИЛИЗМ В СОВРЕМЕННОЙ МОДНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ:
ОТ СТЕРЕОТИПА К ОБРАЗУ ГЕРОЯ[©]**

Подходя к осмыслению проблемы содержания в модной иллюстрации, прежде всего, необходимо представлять под каким углом зрения рассматривать иллюстрацию. Если ее формальную сторону можно изучать исключительно с позиции искусства, то внутреннюю (ее смысл) – еще и с точки зрения социологии, маркетинга, культурологи и т.д. При «утилитарно-прикладных» подходах подключаются и другие сферы знания. При изучении художественного образа иллюстрации наиболее актуален метод иконографии (А. Шпрингер, А. Грабарь, А. Уваров, Н. Кондаков, Н. Покровский, Э. Панофский), он также требует междисциплинарного дискурса.

Творчество иллюстратора моды связано с представлениями об идеалах, идеальной действительности и ее симуляции (симулякрами), с «социальной мифологией» [8, с. 80-82]. Образ в модной иллюстрации целесообразно толковать с позиции определенного эстетического идеала. Здесь следует учитывать *объективные и субъективные* представления об «идеальном образе». *Художественный образ-идеал* из мира искусства и *модный образ*, исходя из идеала красоты современности и общественных тенденций (икона стиля) – формируют образ с объективной стороны. *Идеальный образ* с точки зрения иллюстратора – с субъективной, авторской стороны.

Кроме прочего, образ модной иллюстрации обременен *штампами*, порожденными массовой и потребительской культурой, социокультурной средой и т.д. Наименее устойчивым, но широко распространенным штампом выступает *мода*, которая и обуславливает появление штампов в модной иллюстрации. Штампы в иллюстрации – это формы (приемы, приспособления), которые механически переходят почти без изменений из «картинки» в «картинку», из сюжета в сюжет, от художника к художнику. К штампам, находящим отражение в моде и модной иллюстрации, можно отнести: стандарты определенного «престижного» образа жизни и стиля, провоцирующие потребительский ажиотаж вокруг вещей, идей, услуг; культ определенного имиджа и «улучшения» физических данных, культ молодости; кумиромания и культ успеха и т.д. Итак, создавая уникальные «образы-послания», иллюстраторам невозможно уйти от «дополнительных смыслов», — «алипших» от предыдущих употреблений» [7, с. 59].

Актуальность статьи заключается в возросшей популярности модной иллюстрации, в настоящий момент переживающей возрождение (впервые с 1920-30-х гг.). Она выставляется в галереях, хранится в фондах музеев и Домов мод, является предметом собирательства коллекционеров. Иллюстрации посвящаются сайты в Интернете, выпускаются альбомы с подборкой наиболее ярких образов. *Актуальность* определяется и возрастающей значимостью статусных и всевозможных ситуационных ролей в обществе, разыгрываемых посредством внешности, что ведет к существенному увеличению визуальных образов в современной моде и их влиянию на сознание человека. Постмодерн расширил эстетический горизонт, стер старые нормы, сместил акцент с одежды на образ. «Модные журналы чаще критикуют и анализируют не работы модельеров, но модные образы, актуализированные тем или иным модным персонажем, а произведения модельеров здесь рассматриваются только как краски актуального образа» [5, с. 46]. В таких условиях модная иллюстрация (как и фотография) способна создавать образы, воспринимаемые зрителем как реальные, идеальные и «готовые к употреблению». Работа модного иллюстратора приобретает новое значение: он не копирует созданный дизайнером образ на бумаге, но, выступая как стилист, создает его сам, насыщая его информацией различного характера. Из этого следует *актуальность прикладного характера*: перечисленные ниже образы и их варианты могут использоваться в качестве протомodelей при создании визуальных образов в самых различных сферах дизайна (стилистами, визажистами, костюмерами, имиджмейкерами и т.д.); в качестве дополнительного визуального ресурса иных сфер (кино, музыкальных видео, художественной виртуальности и т.д.).

Итак, в ситуации многократного увеличения модных образов, *полистилизм* в иллюстрации моды получает мощное развитие. Его можно рассматривать с точки зрения разнообразия и качества образов. С одной стороны, их становится много. С другой стороны, в одном и том же образе может соединяться несоединимое: бытовая достоверность и гротеск, типизация и идеализация, что ведет к появлению «смешанных» образов, уже не имеющих «чистую» архетипичность.

Г. Н. Лола в монографии «Дизайн-код: культура креатива» (2011) описала «фундаментальные образы-паттерны в современной дизайне: *natura, tech, art*» [7, с. 68], выделив «образ-art» в качестве доминирующего в сегодняшней культурной ситуации. Основные его версии: «концепт-art», «богемный-art», «глэм-art», «трэш-art», «ретро-art». Образы здесь рассматриваются в качестве «протомоделей, упрощающих понимание дизайнером желаний заказчика» [Там же, с. 75].

«Визуально-образные и стилеобразующие средства художественно-графического языка иллюстраций в журналах мод XX-XXI веков» рассматриваются в диссертации Н. А. Архиповой «Эволюция художественно-графического языка иллюстраций журналов мод» (2011). Автор описывает ведущие примы визуализации в рекламе французских Домов мод – мифологема, игра, архетип, символ [1, с. 88]. Образы в диссертации выступают в роли определенного рекламного послания. Иллюстрация называется «рекламным сообщением», в качестве примеров приводятся рекламная фотография Домов мод. Акцент сделан на художественное иллюстрирование костюма (вещей).

Новизна данной статьи – в рассмотрении образа не с точки зрения дизайна и рекламы, а с точки зрения художественного образа героя, и на примерах исключительно модной иллюстрации. Также новизна состоит в классификации художественных образов в современной модной иллюстрации, рассматриваемых в качестве тенденций в «иллюстрированной моде» сегодняшнего дня. Кроме того, в статье выявлены и проанализированы факторы, влияющие на формирование «идеального» образа современной иллюстрации моды; посредством междисциплинарного подхода раскрыто и объяснено специфическое наложение различных образов в одном изображении; предложены области практического применения классификации выделенных иллюстративных образов.

В последнее десятилетие в модной иллюстрации лидирующие позиции занимают образы, характеризующиеся подчеркнутой искусственностью, драматизацией, детализировкой, эстетизацией, подражательностью художественным образам из мира искусства. Они представляют своего рода «сплав» модных образов и «идеалов» художественных стилей, течений и направлений. Среди них можно выделить наиболее яркие: *гиперреалистический* образ; *гламурный* (квази-реалистический); подвиды гламурного – образ-звезда и подростковый гламур; *экспрессионистический*; образ-трэш; *конструктивистский*; *полуабстрактный* (образ-концепт); образ-тело; образ-вещь (модный натюрморт); *карикатурный* (комический); *анималистический*; *фантастический*; *ретро-образ*. В данной статье не производится жесткой дифференциации на женские и мужские образы.

Ведущие стили 1990-х годов, такие как минимализм, гранж, *casual* (новый вариант известного феномена *anti-fashion*) привели к появлению образа, характеризовавшегося отрицанием роскоши и «вечных ценностей». Он был призван производить впечатление повседневного, простого и естественного, но сложно сделанного и случайного. Через призму художественного видения в современной модной иллюстрации он воплотился в **гиперреалистический образ**. Истоки гиперреализма в модной иллюстрации следует искать и в творчестве европейских фотореалистов 1970-х годов и современных тенденциях интертекстуальности. Фотореалисты под повседневностью имеют в виду рутинную часть жизни простых людей, часто остающуюся незамеченной в силу своей тривиальности. В центре внимания модной иллюстрации не рутинный быт простых людей, а так называемая повседневная жизнь модных и стильных людей. Однако многими иллюстраторами снимается с образа гляцевый эффект, на одежде, аксессуарах и макияже не делается акцент. Такие иллюстрации уподобляются гиперреалистичной живописи, а образ превращается в «изоморфему», структурную копию изображаемого реального объекта. Модный образ становится такой же концентрацией неприхотливости и простоты, как в живописи, но «условной» неприхотливости и «условной» простоты. В традициях классического гиперреализма работают Д. Мортселл [16], М. Сибли [12, р. 16, 46], Н. Девил [Ibidem, р. 136], С. Мейсон [Ibidem], М. Йошен [Ibidem, р. 91] и другие.

На основе глобальной тенденции моды – гламур, возникшей в 1999 году, в современной иллюстрации появился **гламурный (квази-реалистический) образ**, не воспевающий повседневность, а отрицающий ее (здесь следует сделать замечание – по большому счету любая модная иллюстрация квази-реалистична, отображать реальный мир не является ее задачей).

Вот как описывает современный гламур и образ «глэм-art» Г. Н. Лола: «Классический гламур, <...> за десятилетия претерпел много метаморфоз и к началу XXI века настолько поизносился, что ему ничего не оставалось, как стать остроумной и злой пародией на самого себя. Сегодня <...> это демонстрация самоиронии и раскрепощенности. В отличие от классического гламура, «глэм-art» должен быть не красивым и безупречным, а эффектным и провокативным» [7, с. 72]. В модной иллюстрации он должен обладать всеми этими качествами: красотой, безупречностью, эффектностью и провокативностью. Далее Лола пишет: «Для него все также остается характерна <...> мифологизация реальности <...>. Не случайно в современных медиа гламур называют — твингом реальности» [Там же]. Это уточнение также существенно. В иллюстрации уместно говорить об абсолютной идеализации образа, состоящего из серии нормативов, присущих «идеальной» современной женщине. В иллюстрации «гламурная женщина» (один из самых распространенных штампов) живет в мире настоящей модернистской мечты. Это *dolce vita* в ее идеальном выражении. Помимо одежды, «телесность» имеет первостепенное значение. Гипертрофированная худоба приветствуется. Большого успеха в создании таких образов добилась Е. Артуро [12, р. 8-9]. «Это неестественная идеализация, которая на основе, как реальности, так и фантазии создает женскую привлекательность нового, синтетического типа» [4, с. 257]. Яркие гламурные образы представлены также в работах Д. Брукса [20], Р. Хабермашера & Д. Тсипоуланис [10, р. 82], О. Уайтхерст [14] и других.

Кроме обобщенных, в иллюстрации встречаются вполне реальные персонажи, олицетворяющие гламурный образ. Молодые современные киноактрисы и певицы Л. Лохан, Д. Симпсон, П. Хилтон и др., по мнению С. Гандла [4, с. 335], являются идеальными «гламурными» воплощениями. Отсюда появление в иллюстрации **образа-звезды**. Также в качестве образа модной иллюстрации могут выступать те, кто делает моду. В иллюстрациях Ф. Берту [9, р. 294], Ж-Ф. Деломма [Ibidem, р. 324], С. Карлстедт [19] культивируется образ дизайнера. Многие иллюстраторы в своих работах поддерживают культ медийной личности. О. Уайтхерст, Д. Мортселл и Р. Хабермашер изображают звезд сцены, К. Смит [16] моделей, Д. Даунтон [9, р. 343] – звезд кино.

Часто гламурный персонаж в иллюстрации имеет детские или подростковые черты лица и подобную (детскую) мимику и позы. Таким образом, одним из вариантов архетипичного гламурного образа можно назвать **подростковый гламур**. Он в свою очередь имеет различные варианты: типичный подросток с «детскими» удовольствиями и «подростковым» образом жизни на первом плане; юные персонажи, «живущие» в формате «lounge» и «luxe» (лолиты, нимфетки, старлетки и т.д.) с акцентом на роскошь, лакированность, шик, демонстративность и «взрослые» увлечения (Э. Девис [11, р. 74], С. Битсон [12, р. 190], Б. Пилар [Ibidem, р. 31] и другие).

Истоки появления **экспрессионистического образа** следует искать в культурном контексте начала 2000-х, в чисто стилистических характеристиках экспрессионизма начала XX века и в модных стилях и трендах с середины 1990-х годов до настоящего времени. Если экспрессионистический образ в искусстве начала XX века, появившийся в преддверии кризиса и во время первой мировой войны, был обостренной реакцией на окружающий мир как на источник страданий, то подобного рода образы в модной иллюстрации 2000-х стали своеобразной реакцией на кризис 1995 и 2008 годов и страхом перед будущим. Кроме того, целый ряд краткосрочных модных трендов, оказавшихся на страницах модных журналов, таких как гранж (появление которого связывают с экономическим кризисом 1990-х), «героиновый шик», «дистроэр» и др. оказал влияние на формирование «страдающего» модного человека, созданного иллюстраторами. Естественно, страдание здесь условно. Его фундаментальная роль заменяется чисто внешними эффектами. Внимание сосредоточено на внешнем виде «страдающего» человека.

Образы, создаваемые иллюстратором Х. Танги наиболее близки к сущности экспрессионистического образа: они меланхоличны, угловаты, растерянны. Кроме того, официальный сайт художника www.howardtangye.com имеет концептуальный дизайн. Сущность концепции можно свести к понятию «эстетизированное», «условное убожество» [7, с. 103]. Если быть совершенно точным, в случае с сайтом Танги лучше говорить об «условной бедности», «эстетизации бедности и простоты». Здесь можно увидеть фотографии интерьера мастерской художника: фрагменты непрокрашенных стен, трухлявые деревянные углы, следы снятых замков и ручек на стене, грязный выключатель со следами многократного использования и т.д.

Во многих образах наравне с условным «внутренним страданием» открывается внешнее уродство, обезображенность. Так, можно говорить о существовании **образа-трэш** в иллюстрации. Изначально, словом «трэш» (англ. *trash* мусор) обозначался жанр кино, относящийся к фильмам ужасов, в котором смакование сцен насилия и страха достигает гиперболических размеров, доходя до пародии на сам стиль. Появившийся в США на основе субкультуры *White Trash* («белый мусор»), стиль трэш стал приобретать вполне конкретные признаки: сумбур, эпатаж и отсутствие каких либо правил. Отдельным направлением трэш выделяется и в современном искусстве (*Vermibus*, Валерио Каррубба, Эмир Сеханович и другие). В современной модной иллюстрации образ-трэш существует, в основном, в трех вариантах: трэш на грани *безобразного*, трэш с демонстрацией элементов *жестокости* (отсылка к образам кино жанра *horror*) или *эротики*, на грани порнографии.

В первом варианте происходит фактически изгнание эстетически приятного красивого женского (и мужского) образа, взамен на безобразное, монструозное, шокирующее существо, но в мягкой форме. Интерес представляют фрикковые персонажи Тары Доуганс [22]. В них легко найти связь с эпатажными образами, транслируемыми Леди Гагой и Ники Минаж, а также образами, создаваемыми фотографом Пако Перегрин. Клаудио Парентела [12, р. 209] при помощи коллажной техники создает «модных монстров» с отсутствующими частями лица и деформированным телом. М. Вудсон [16] «обезображивает» лица волосами, которые как будто из них прорастают. Подиумный или уличный герой – «грязный эстет» [7, с. 74] здесь превращается в героя фильмов ужасов, при этом он все же остается «модным» персонажем, и определенное чувство прекрасного вызывает.

«Антигуманистический экспрессионизм» находит выражение в модной иллюстрации в виде сцен садизма, мазохизма, агрессивности, кровавых убийств, на первый взгляд не совместимых с самой сутью иллюстрации, призванной изображать модную одежду. В искусстве XX века под влиянием Ницше и Фрейда заметное место заняла эстетизация жестокости. Модная иллюстрация же является частью современных арт-практик, и тенденции, распространяющиеся в мире искусства, рано или поздно проникают и в нее. Сцены жестокого изуверского обращения с телом человека можно наблюдать, например, в иллюстрациях М. Вудсона. Нужно отметить, что сцены жестокости, как и «агрессивной» эротики, хоть и присутствуют в модной иллюстрации, не носят тотальный характер.

Существование **сюрреалистического образа** в современной модной иллюстрации объясняется интертекстуальностью как одной из главных тенденций постмодернизма, дающей возможность иллюстраторам цитировать произведения художников-сюрреалистов с одной стороны, и популярностью темы сюрреализма среди дизайнеров (*Dolce&Gabbana* осень-зима 2009, *Prada* весна-лето 2014, и др.) с другой стороны. Иллюстраторов Л. Маттотти (1980-е) и Р. Толедо (1990-е) можно назвать одними из первых художников современной иллюстрации, в чьих работах наблюдается сюрреалистический образ, хотя творчество обоих нельзя отнести к сюрреализму полностью. Это скорее единичные работы, такие как «Carnaval» (2005) Маттотти [21] или «Santo Mugler», «Santo Alaia», «Santo Gigli», «Santo Gaultier» (*Visionaire*, 1991) Толедо. Более часто

сюрреалистический образ встречается в работах Г. Фернандеса [15] и Х. Танабе [16]. Фернандес применяет сюрреалистический принцип сочетания далекого и близкого, движущегося и покоящегося, повседневного и экзотического. Наложение рисунков друг на друга, в результате чего образ трансформируется, умножаясь (как в фотографических экспериментах Ман Рэя) – один из приемов Танабе. В результате таких манипуляций, образ из реального превращается в «галлюциногенный».

Выполняя четкую задачу – изобразить (узнаваемый) модный образ, иллюстраторы все чаще отказываются от реальных форм, предпочитая абстракцию, которая впрочем, не может быть абсолютной, и ориентируются исключительно на ассоциативные свойства образа. Понятие художественного образа кажется неприменимым к «беспредметным» искусствам. Однако, в отсутствие какой-либо (или минимальной) образности, можно говорить о композиционном образе. У иллюстратора появляется необходимость изобразить не столько конкретный образ, сколько *идею* образа. Образ, в основе которого заключена идея и ничего кроме идеи, можно назвать и концептуальным. Отсюда возникновение в иллюстрации еще одного образа – абстрактного, а точнее **полуабстрактного**.

Абстракция в иллюстрации спровоцирована тем, что десяток стилей 1990-х годов, а затем и десятки трендов с начала 2000-х годов, быстро сменявшие друг друга, постепенно привели к полной деконструкции костюма. Кроме того, журналы посвященные моде, все больше делают акцент не на одежду, а на образ, созданный стилистом и фотографом, одежда редко показывается в деталях. Свобода визуализации приводит к тому, что и сюжет часто отходит на второй план. Так, следует ожидать полнейшую деконструкцию костюма и в модной иллюстрации, которая, в свою очередь, больше не преследует цель оптимального его отображения, как и самого персонажа.

Полуабстрактный образ в иллюстрации может достигаться изображением вполне узнаваемых черт женской или мужской фигуры (их очертание), но без акцента на конкретную марку одежды, костюм передается хаотичными линиями, пятнами, сгустками краски (К. Илья [9, р. 378] М. Густафсон [Ibidem, р. 336] и другие).

Второй вариант – «крайняя абстракция», полное «расщепление» образа, его «чувственное воплощение». «Больше всего на свете абстракционист боится сделать просто абстракцию, <...> лишенную сюжета, бессодержательную <...>, имя которой – и имя это употребляли с презрением все, от Кандинского и Малевича до Поллока и Ньюмана, – попросту узор» [6, с. 239]. В варианте модной иллюстрации на этот узор никто не будет смотреть с презрением, он может носить символический характер – ассоциироваться с «узором» марки, фирменным стилем дизайнера. Например, «пятнистые» иллюстрации К. Ильи, могут дать зрителю намек на фирменный «звериный» рисунок Р. Кавалли.

Подобно полуабстрактному образу в современной иллюстрации моды обнаруживается **конструктивистский образ**, возникший благодаря той же тенденции интертекстуальности и интересу дизайнеров к конструктивистскому «идеалу» в искусстве начала XX века. Поправку следует сделать на то, что в случае с модной иллюстрацией речь не идет о глубинной сущности «машинного», «технотронного» образа. Иллюстраторов интересуют внешние наработки конструктивистов. Образ превращается в набор правильных фигур с плоским характером рисунка и носит условный характер.

Здесь ярко выделяются три имени: Сиришаи [10, р. 152], П. Парис [11, р. 45] и В. Сервес [19]. В работах Сиришаи можно обнаружить интерес к супрематическим опытам Малевича. Образы Парис более реалистичны, в них просматривается фигура человека и можно уловить вполне конкретный сюжет. «Деформируется» в основном костюм. Образы Сервес уже совершенно реалистичны, но в них как будто «врезаются» знакомые мондриановские геометрические сетки, черный квадрат Малевича, давая конкретную отсылку к образам знаменитых художников.

Практики «актуального» искусства второй половины XX века вывели на одно из первых мест понятие телесности. Это произошло благодаря популярности эстетики Кьеркегора и Ницше, психоанализа Фрейда, работ П.-М. Фуко, Р. Барта, М. Мерло-Понти, Ж. Делёза, Ж.-Л. Нанси и др. В рамках изучаемой темы можно говорить не просто о телесности (**образе-теле**), а о «модном теле», «глянцевом теле», делая акцент на физической идеализации. Понятие «идеальное тело» в связи с модной фотографией и рисунком встречается в работе Р. Барта «Система моды» [2, с. 295].

Сторонниками телесной сексуальности, нарочитой и агрессивной с современной иллюстрации моды являются Д. Гудалл [10, р. 72], К. Рассел [11, р. 154], Р. Киртон [10, р. 94]. Они демонстрируют выразительность человеческого тела посредством движения, даже не прибегая к трехмерному пространству и линейной перспективе.

Наиболее интересно рассмотреть *фрагментацию* тела в иллюстрации. «Под образом нередко понимается элемент или часть художественного целого, обыкновенно – такой фрагмент, который обладает как бы самостоятельной жизнью и содержанием» [3]. В этом смысле модная иллюстрация близка с фотографией. Р. Барт пишет о травматичных снимках, которые напрямую нацелены на телесное переживание, а также о визуальных сообщениях, например рекламных, в которых содержатся фантазматические мотивы фрагментации тела: «в рекламе следы эротки можно найти не в фотографиях красоток и плейбоев, а в том очень сдержанном фетишизме, когда порой некоторая часть человеческого тела вдруг выделяется – губы, рука, ступня, нога, шевелюра» [2, с. 454]. В конце 1990-х иллюстратор Ф. Берту изображал части женского тела, «отсекая» все то, что не несет явный намек на соблазн. В центре внимания – женская фигура с подчеркнутой формой «песочные часы», грудь, половые органы и женские ноги в обуви на каблуках. Он поступает с телом так же, как фотограф Г. Бурден, который в 1980-х годах «отсекал» все лишнее от своих моделей, оставляя только «чистую» сексуальность (например, женские ноги в обуви на каблуках).

Образ-вещь в модной иллюстрации воплощается в жанре натюрморта, чтобы отличить его от натюрморта в живописи, назовем его «*модный натюрморт*». Как и в живописи, в иллюстрации вещь из обычного предмета превращается в сакрализованный предмет. Вещь здесь связана с соблазном и с желанием придать ей

иное, неутилитарное значение, превратить в *событие*, наделить историей. Но если в живописи, в основном, речь идет об обычных повседневных предметах, то в модной иллюстрации – о модных, современных, новых, желанных вещах. В натюрмортах великих мастеров через предметы передается характер героя, который пользуется ими. Через вещи в «модном натюрморте» не видно никакого героя, сами вещи – главные герои, ими еще никто не пользовался, их еще никто не купил, их расстановка напоминает раскладку модных товаров в магазине. Они еще не тронуты временем. Однако «глянцевые» натюрморты все же содержат намек на достаточно стереотипичный образ женщины: если в иллюстрации, например, присутствует туфля на высоком каблучке (наиболее частый предмет в «модных натюрмортах»), мундштук или незатушенная сигарета в пепельнице, бокал с шампанским с искрящимися пузырьками (А-Ш, Менего [13]) – все эти предметы «рисуют» в голове у зрителя совершенно определенный образ богемной женщины, «культивируя созерцательно-расслабленное переживание, в котором нет дисциплины» [7, с. 71].

Ирония еще один типологический признак искусства постмодерна в модной иллюстрации порождает образ, призванный показать модный персонаж в карикатурном ключе (**карикатурный образ – комический**). Описывая ассоциативные приемы в модной фотографии, Р. Барт отмечает: «В распоряжении у Моды три стиля. <...> Третий стиль живой сцены – это стиль забавный; женщину показывают в комичном – точнее, комикующем виде, ее поза и мимика чрезмерно карикатурны; она несообразно широко расставляет ноги, обезьяньей гримасой изображает удивление, играет со старомодными аксессуарами <...>, нахлобучивает себе на голову сразу шесть шляпок и т.д.; одним словом, ирреализуется благодаря своему комизму; это называется «ютешностью»» [2, с. 338-339]. Здесь Барт дает примечание: «несомненно, что в ней (потешности) есть нечто революционное, поскольку ею нарушается важнейшее табу Моды – табу на Женщину (Женщина не является объектом комизма)» [Там же, с. 339]. Можно сказать, что карикатурный образ перекочевал со страниц сатирических журналов на страницы модных журналов, хотя здесь следует сделать уточнение, если в карикатуре персонаж высмеивается, то в модной иллюстрации при всей своей комичности, он остается привлекательным и модным. Комических персонажей в модной иллюстрации создают Ф. Дейгас [10, р. 55], Ж-Ф. Делом, Д. Мортселл, Л. Лейн [12, р. 7] и другие.

Далее уместным будет снова обратиться к работе Р. Барта «Система моды» и рассмотреть каким образом он описывает *ассоциативный* прием в модной фотографии, при описании еще одного образа – **анималистического**. Барт пишет: «В модной фотографии внешний мир обычно фотографируется как декорация, фон или сцена – одним словом, как некоторый театр. Театр Моды всегда тематичен: в нем варьируется некоторая идея, <...> проходя через ряд примеров или аналогий. <...> Движущая сила всего этого комплекса означающих – простейший прием ассоциации идей. *Солнце* влечет за собой *кактусы*, *темные ночи* – *бронзовые статуи*, *мохер* – *баранов*, *мех* – *хищников*, а *хищники* – *клетку*; и вот женщину в мехах показывают за толстой решеткой» [2, с. 337]. Описанные Бартом стили (объективно-буквальный и романтический) можно увидеть и в модной иллюстрации. Однако не все настолько просто в образе, названном анималистическим. Он предполагает не только присутствие животного в иллюстрации (как фон, декорацию для человека или как «аксессуар», всегда носящие ассоциативный характер), но и сам образ главного героя с чертами животного или «загримированного» под животное.

Образ *человек-животное* (человек с телом животного или существо с мордой животного вместо лица) – необычный для модной иллюстрации. Черты животного могут появиться в образе человека, например, благодаря специальным «аксессуарам» (заячьим ушам, маскам тигров, рогам коров, шкурам леопардов, хвостам (Д. Мортселл, К. Глозьер [16]), а также через мимику, жесты и позы (Д. Мортселл, С. Карлстедт)). Существо, «собранное» из человеческих и животных частей тела присутствуют в иллюстрациях М. Эсдар [10, р. 58].

Фантастический образ в иллюстрации моды также следует рассматривать отдельно. Один из его вариантов – образ, который условно можно назвать «*женщина-инопланетянка*». Образ, воспетый режиссерами фантастических фильмов и комиксов, перекочевал на страницы глянцевых журналов в начале XXI века. Иллюстраторы деформируют тело героя, находя связь между внешностью человека и инопланетянина, наделяя их сверх-внешностью. Японский иллюстратор Э. Тсуваки [11, р. 160] удлиняет тело, рисует миндалевидный разрез черных глаз (что соответствует классическому представлению о внешности инопланетян), «выбеливает» кожу героя.

В иллюстрациях Р. Грейя [10, р. 76] можно увидеть другой вариант несуществующего в реальности героя – *образ-кукла*. В его основе – шарнирная кукла *BJD* (англ. *ball-jointed doll*), способная принять любую человеческую позу, благодаря встроенным шарнирам. Грей рисует ее, «вскрывая» части тела, показывая механическую наполненность куклы. Так он совмещает образ куклы на шарнирах с образом механического человека. «Одевая» своих героинь в модные наряды, он создает образ «современной механической женщины». Иллюстрации Грейя можно рассматривать и с точки зрения интереса современного человека ко всему техническому и электронному, и с точки зрения ироничного отношения к идеям футуризма. Также нужно учитывать интертекстуальный момент – моду на «цитирование» футуристических образов художников прошлого.

Присутствие «**ретро-образа**» в модной иллюстрации объясняется большим интересом к традиции в моде. Он имеет различные варианты. *Первый вариант* – образы прошлого, воплощенные современными медийными лицами (звездами кино, знаменитыми моделями и т.д.). *Второй вариант*, более распространенный – модный стиль прошлого, но в современной интерпретации. *Третий вариант* заключается в интертекстуальном использовании художественных образов, созданных живописцами прошлого и воплощенных в современных образах.

Подводя итог, можно сделать ряд выводов. Актуальность темы полистилизма в современной модной иллюстрации вследствие многообразия стереотипичных образов, переходящих в образ героя очевидна. В настоящее время возрастает значимость статусных и ситуационных ролей, разыгрываемых посредством

внешности, что ведет к увеличению количества визуальных образов в современной моде, и влиянию этих образов на сознание человека. Расцвет индивидуальных стилей (полистилизм) в моде утвердил множественность образно-стилистических решений и в модной иллюстрации.

Автор пришел к выводу, что, несмотря на отсутствие определенного идеала в современной моде, образ в модной иллюстрации целесообразно толковать с позиции эстетического идеала. Следует учитывать объективные (художественный образ-идеал, модный образ) и субъективные факторы (образ с точки зрения иллюстратора), влияющие на «идеальный образ» в иллюстрации.

Автор заключил, что, создавая уникальные образы-послания, иллюстраторам невозможно уйти от «дополнительных смыслов»: штампов массовой культуры, художественных образов, модных образов, образа марки и т.д. Под их воздействием образ теряет жесткую архетипичность, приобретает новые черты и превращается в героя, воспринимаемого как любой другой реальный модный персонаж. Иллюстрация создает образы, воспринимаемые зрителем как идеальные и вызывающие желание подражать. Иллюстрация предлагает варианты современных героев, уже не привязанных к формату определенного издания.

Несмотря на многообразие источников, посвященных иллюстративной моде, значительная их часть, тем не менее, лишена интерпретации сущности характера образов и стилистического анализа содержания современных иллюстраций, что вызывает необходимость выявления образного единства в модной иллюстрации. С этой целью автором была проведена классификация иллюстративных образов. Автор пришел к выводу, что в последнее десятилетие в модной иллюстрации лидирующие позиции занимают образы, характеризующиеся подчеркнутой искусственностью, драматизацией, детализацией, эстетизацией, подражательностью художественным образам. Чистых образов не существует, также как нет иллюстраторов, продвигающих только один образ.

Кроме того, автор предлагает области практического применения классификации. Перечисленные образы и их варианты могут использоваться в качестве протомodelей при создании визуальных образов в самых различных сферах дизайна (стилистами, визажистами, костюмерами, имиджмейкерами и т.д.); в качестве дополнительного визуального ресурса иных художественных сфер (кино, музыкальных видео, виртуальной реальности и т.д.). Материал исследования может быть использован в лекциях, спецкурсах и семинарах, посвященных проблеме актуализации визуальных образов различного характера; в процессе обучения специалистов вузов; для искусствоведов, дизайнеров.

Список литературы

1. **Архипова Н.** Эволюция художественно-графического языка иллюстраций журналов мод: дисс. ... к. искусствоведения. М., 2011. 410 с.
2. **Барт Р.** Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
3. **Большая советская энциклопедия** [Электронный ресурс]. М.: Советская энциклопедия, 1969-1978. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/148178/художественный> (дата обращения: 11.02.2014).
4. **Гандл С.** Гламур. М.: Новое литературное обозрение, 2008. 384 с.
5. **Демшина А.** Мода в контексте визуальной культуры: вторая половина XX – начало XXI в. СПб.: Астерион, 2009. 106 с.
6. **Краусс Р.** Подлинность авангарда и другие модернистские мифы. М.: Художественный журнал, 2003. 318 с.
7. **Лола Г.** Дизайн-код: культура креатива. СПб.: Элмор, 2011. 140 с.
8. **Самоненко О.** Ассоциативно-образный метод проектирования костюма: дисс. ... к. искусствоведения. СПб., 2010. 140 с.
9. **Blackman C.** 100 Years of Fashion Illustration. London: Laurence King Publishing, 2007. 384 p.
10. **Borrelli L.** Fashion Illustration Next. London: Thames&Hudson, 2007. 184 p.
11. **Borrelli L.** Fashion Illustration Now. London: Thames&Hudson, 2003. 176 p.
12. **Dawber M.** Big Book of Fashion Illustration. United Kingdom: Batsford, 2007. 384 p.
13. <http://annecharlottenegaux.tumblr.com/> (дата обращения: 11.02.2014).
14. <http://awhitehurst.tumblr.com/> (дата обращения: 31.01.14).
15. <http://garyfernandez.net/> (дата обращения: 31.01.14).
16. <http://jedroot.com/illustrators/> (дата обращения: 11.02.2014).
17. <http://uk.linkedin.com/pub/valerie-servais/65/247/38> (дата обращения: 11.02.2014).
18. <http://www.francoisberthoud.com/> (дата обращения: 31.01.14).
19. http://www.illustrationdivision.com/artists/cecilia_carlstedt (дата обращения: 31.01.14).
20. <http://www.jason-brooks.com/> (дата обращения: 31.01.14).
21. <http://www.mattotti.com/> (дата обращения: 11.02.2014).
22. <http://www.taradougans.com/> (дата обращения: 31.01.14).

POLYSTYLISM IN MODERN FASHION ILLUSTRATION: FROM STEREOTYPES TO CHARACTER'S IMAGE

Lapik Natal'ya Aleksandrova

*Saint-Petersburg State University of Culture and Arts
lapique@mail.ru*

The article is devoted to the topical subject of image in modern fashion illustration. The author considers polystylism from the perspective of the diversity of fashion images in illustration, fashionable image-stereotype as an artistic image of character. The article analyzes the objective and subjective factors of «ideal» image formation in illustration, presents the author's classification of images and proposes areas of its practical application.

Key words and phrases: fashion illustration; style; polystylism; image; cliché; stereotype; archetypicalness.