

**Шандренко О. М.**

кандидат мистецтвознавства, доцент,  
кафедра дизайну одягу КНУКІМ

Київський національний університет культури  
і мистецтва

## ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ МОДНОЇ ФОТОГРАФІЇ ЯК КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*Анотація.* Дослідження моди як соціокультурного феномену базується на одному із способів культурної комунікації в контексті візуальних практик моди. Визначаються передумови використання фотографії як образного відтворення моди та модних інновацій в контексті культури.

**Ключові слова:** мода, модна фотографія, комунікація, фотографія.

*Аннотация.* Предпосылки возникновения модной фотографии как культурной коммуникации. Исследование моды как социокультурного феномена базируется на одном из способов культурной коммуникации в контексте визуальных практик моды. Определяются предпосылки использования фотографии как образной репрезентации моды и модных инноваций в контексте культуры.

**Ключевые слова:** мода, модная фотография, коммуникация, фотография.

*Summary.* Shandrenko O.M. Premises of origin of modern photography as a cultural communication. Analysis of fashion as sociocultural phenomenon based on one of the way of cultural communication in a context of visual fashion practices. The premises of using of photography as imaginative representation of the fashion and fashion innovations are determined in a context of culture.

**Key words:** fashion, modern photography, communication, photography.

**Постановка проблеми.** Людина перебуває в глобальній мережі інформативного потоку, який впливає на неї у вигляді звуків, зображень, предметів. З розвитком засобів масової інформації, технічних видів мистецтв (фотографії, кіно, реклами) виникли трансформаційні процеси в культурі, що викликали цим низку проблем. Одним з таких інформаційних процесів, що вплинув на різні сфери людської діяльності є фотографія. Актуальним на сьогоднішній день є дослідження фотографії, як певного способу комунікації в контексті моди. Діалогічність проблеми комунікації і моди відбувається в мистецьких практиках які відтворюють, візуалізують, рекламують, презентують моду та модні інновації в культурі ХХ-ХХІ століття.

**З'язок роботи з науковими дослідженнями.** Проблема комунікації виникає в неklasичній науці та має велику кількість підходів до визначення цього феномену. Феномен моди, в свою чергу, існує на межі філософських, культурних, соціальних, естетичних, мистецьких, економічних та технічних наук і претендує на міждисциплінарний аналіз. Об'єкт модної індустрії (одяг, аксесуари, взуття, образ) набуває статусу модності пройшовши певний шлях проявленості, показовості, видовищності та через організацію споживання. Дане дослідження феномена моди як соціокультурного феномену базується на одному із способів культурної комунікації, як візуалізації моди, на прикладі фотографії.

**Аналіз останніх досліджень.** Комунікація відбувається в різних сферах життєдіяльності людини. За словами італійського вченого У. Еко, культура - це і є комунікація, що проявляється в дослідженні живопису, кіно, реклами[7]. Дослідження принципів комунікації в фотографії існують в роботах Р. Барт, М. Риклін[2]. Принципи візуальної комунікації, на прикладі реклами, розглядає М.Ковриженко[5]. Розвиток комунікаційних технологій, що впливають на розвиток комунікації досліджено в працях Дж. Пітерс [6] та інших вчених в галузі комунікації. Дослідження історії розвитку фотографії як культурного феномена розкрито в роботі С. Зонтаг[4], Р.Арнхейм[1].

Роботи, де візуально відтворено модні інновації в фотографії, носять переважно описовий та історичний характер (Д. Єрмілова, Кіреєва, Ш. Зелінг, О. Васильєв та ін..). Проте, дослідження, в яких визначено мистецтвознавчі принципи візуалізаційної комунікації моди в контексті фотографії, в вітчизняній культурі не виявлені. Актуальним на сьогоднішній день є виявлення способів комунікації модної фотографії.

**Мета роботи.** Визначити комунікативні передумови використання фотографії як образного відтворення моди та модних інновацій в контексті культури.

**Виклад основного матеріалу.** Спочатку свого існування фотографія була лише прерогативою багатих людей, а з розвитком індустріалізації поширилась на інші верстви населення. Сюзан Зонтаг визначає, що сучасна фотографія набула такого поширення як секс і танці — цим стала схожою по формі на масове мистецтво, хоча більшість людей не сприймають її як мистецтво. Фотографія перейшла в контекст обряду, турботи та прояв ввічливості[4]. В сучасній культурі, одним із про-

Надійшла до редакції 20.10.2011

явів батьківської турботи є фотографування маленьких дітей та зберігання фотоальбомів. Вважається дивним, якщо відсутні весільні, сімейні фотографії, що засвідчують подію, важливу для родини. Постійне носіння фотографії коханої людини, спочатку в записнику або гаманці, перейшло на збереження її в мобільному телефоні чи на робочому столі персонального комп'ютера.

Барт, розглядаючи фотографію, визначає, що це якісно різноманітні процеси. Перший – хімічний, пов'язаний з дією світла на хімічні речовини. Другий – фізичний, визначається створенням зображення за допомогою оптичного пристрою. Таким чином вчений визначає принцип дослідження фотографії. Пропонує розглядати фотографію як суб'єкт або об'єкт культури. Визначає два шляхи, якими йде фотографія, перший – підпорядковувати її розглядання цивілізованому коду прекрасних ілюзій, другий – зіштовхнутись з нею як пробудженням непоступливої реальності [2, 176].

За словами Михайла Рикліна в роботі «Роман з фотографією», що в післямові до роботи Барта «Camera Lucida», вчений визначає фотографію як початок цепної реакції розповсюдження засобів масової інформації, етапами відтворення якого є преса, кіно, телебачення, відео, комп'ютер. «Фотографія відкрила нову епоху, що буде нові відносини зі змістом, часом, історією» [2, 182].

Зображення намальоване або проза не може бути нічим іншим як відібраною інтерпретацією творця, фотографія ж може розглядатись як відбірний діапозитив (прозорість) реальності, визначає Зонтаг [4]. Проте, не дивлячись на правдивість фотографії, як відображення реальності кожна фотографію переслідують смак та свідомість фотографа. Тобто, вплив на фотографію, на відображення дійсної реальності відбуває через самого оператора. Навіть такі всесвітньо відомі, надзвичайно талановиті члени Faem Security Administration photographic project кінця 1930-х рр. (серед яких Уолкер Еванс, Дороти Ланж, Бен Шэн, Рассел Ли - Walker Evans, Dorothea Lange, Ben Shahn, Russell Lee), засвідчує Сюзан Зонтаг, проводили велику кількість фронтальних фотознімків, які б дозволили відобразити світ або подію так, як саме хотів фотограф, щоб її побачили інші [4]. Тому, хоч і є враження, що фотографія схоплює реальність і відображає, участь фотографа в цьому процесі залишається такою ж, як і в мистецтві, наприклад, малюнка. Таким чином фотограф, змінюючи експозицію, видержку, нав'язують своє суб'єктам і глядачеві.

Аналіз історичної фотографії, визначається Бартом, як мистецтво відображення особистості, відтворює соціальний, економічний статус референта. Адже саме такі відбитки реальності свідчать про достовірне існування речі та людини [2, 119]. Сполгаючи фото, що засвідчують історичне існування людини в одязі, ми визначається той фактор, що визначає референта та його приналежність до статі, до культури, до того історичного, можливо соціального стану, періоду та моменту схоплення реальності.

Фото, на думку вченого, є формальна еманация референта, «існуючого там тіла», від якого променіє така сила, що може доторкнутися. Тіло або річ на фотографії мають ніби тілесний контакт з тим, хто на них

дивиться [2, 120]. Так, фотографія наділяє того, або ту, хто на ній сфотографований, певною магичною силою, надаючи безсмертя, існування поза часом, за допомогою хімічних та фізичних процесів. Відбиток дозволяє стерти, змінити відстань між референтом і глядачем.

Якщо література, оповідання, усна мова, буде повідомляти про існування чогось або когось, то завжди може виникнути певна недовіра до факту дійсності. Проте, реальний відбиток стверджує про достовірність факту події чи речі, і сам являє собою дійсність. Проте, можна відмітити, що сучасна фотографія втрачає ефект присутності, бо використовуються нові техніки і технології, що дозволяють вносити зміни у фізичні та образні характеристики фотографії. Але нас більше цікавить фотографія як відбиток, як реальне схоплення часу. Фотографія – це перший спосіб доказу, достовірний факт минулого, з візуальним відображенням, як відбиток на папері, що схопив мить і може бути відтворений велику кількість разів.

Також цікавим є бачення фізичної пози референта на фотографії. Барт розглядає позу тіла людини яка була перед оператором схоплена в якусь долю секунди, в мить, що визначає природу та дискурс фотографії. Саме поза відноситься до сфери «інтенції», як спосіб розуміння направленої на процес читання. Це дозволяє читати фотографію та робити певні висновки: якщо присутня людина, то вона дійсно була, було буття, і якщо так, то був час в якому вона існувала, була культура і вона є відтворенням культурного часу, епохи. Відносно пози, відбувається читання, аналізування фотографії як дійсності. Сполгаючи пози, спонукає до думки про миттєвість, якою б короткою вона не була. Але якщо перевести погляд на іншу фотографію, де є інша поза, нома фотографії змінюється так, як це відбувається в кіно. Кіно - це вже інша реальність, кліпова, фрагментарна, що несе не одну ноemu фотографії, а комплекс образів, почуттів. А в кіно, або в кліпах, одна поза змінює іншу, і ми вже не маємо єдиного образу, єдиної ноemi, що розуміється як інший феноменологія, інше мистецтво, що походить від фотографії. Адже в кіно втрачається відчуття присутності та ясності розуміння того, що відбулось де дійсно, бо це відтворюють актори (та їх ролі), сцени, які придумані, штучно відтворюють реальність.

У фотографії поза, річ, що були перед об'єктивом, залишаються в такому ж стані у нашій пам'яті назавжди.

Барт визначає, що фотографія, це таке мистецтво, що констатує присутність буття, участь в сучасних подіях, створення образу. Сутність її полягає в тому, по ній можна визначити існування, присутність людини в певних обставинах, навіть якщо та не була свідком, що стала референтом [2, 126].

Фотографія, за словами Зонтаг, є об'єктом псевдоприсутності, як ознака відсутності. Подібно до зображень, людей, модних об'єктів фотографія стає пробудженням до мрійності, відчуттям недосягнутості, та посиленням бажання. Саме ці прийоми використовуються в фото-рекламі моди. Адже саме спонукання до отримання об'єкту моди викликають в людині відчуття бажання.

Репортажні фотографії пов'язані з модними подіями, показами моди фіксують модні події в культурі. Фотографування відбувається в фіксуванні референта, моделі, що йде по подіумі, демонструючи одяг та образ. Зйомка моделі в фронтальному положенні є більш архаїчний спосіб зображення людини, а прямиий погляд налагоджує більш тісний контакт взаємодії. Модна фотографія зірки, моделі, що демонструє одяг, образ, стає певним талісманом і набуває міфічних характеристик, проєкціюється на сучасне бачення ідеального образу та пропонує іншу реальність. Згодом, такі фото починають виконувати не лише рекламні, а й виховні та естетичні функції.

Ролан Барт засвідчує значення впливу фотографії на модель, зазначаючи, що людина відчуває, що її будуть фотографувати змінюється і стає іншою. Свідомість змушує хвилюватись, намагається стати кращою, показати кращі сторони свого буття. Проте, коли фотографування відбувається без прямої участі референта, без попередження про зйомку, фото виходять більш природні. Людини, на яку направлена фотокамера, починає ліпити себе перед об'єктивом, створюючи інше тіло, те, що залежить від вибору певної позиції. Таким чином перетворюючи себе в інший образ. В той образ, який буде відтворено після процесу зйомки, що виникне як відбиток, як зображення. Момент схоплення реальності образу – певна структура, що відтворюється не лише як міміка, а цілий ряд психологічних факторів, що спонукають на відтворення гарного, ідеального образу [ 2,21].

Історичні фотографії несуть в собі не лише хронікологічні відтворення, а й констатують той факт, що на цю історію обов'язково дивиться той, хто обов'язково має бути виключений. Тобто, ті, хто розглядає історію після відбуття події та констатують факт відбуття, що являє собою певне наближення до історії.

Так фотографія використовує принцип притуплення відчуття, приглушення розуміння пристойності, замороження свідомості. Про такий вплив фотографії, про її проникність говорить і С. Зонтаг, звертаючи увагу на те, що фотографії, які вона побачила в магазині на вулиці Санта Моніка в липні 1945 року, коли їй було дванадцять років. З того моменту Сюзан ділила своє життя до дванадцяти років і після. Фотографії Берген Берсен і Дахао стали об'єктом її споглядання, на яких демонструвалось жорстоке ставлення до людей під час Великої Вітчизняної війни в фашистських концтаборах, випадково але сильно вразили дитячу свідомість [4].

Барт визначає чим відрізняється референт фотографії і від інших систем зображення. «Фотографічним референтом» він називає не річ факультативно реальну, до якої відсилає образ чи знак, а річ, що реально необхідно і розташовану перед об'єктивом. Саме ту річ, без якої і не було фотографії [2, 113-114]. В живописі, наприклад, є можливість змінювати змістову реальність зображення, без того, щоб вона була побаченою. Мистецтво живопису має можливість поєднувати, накладати, примножувати, за рахунок химеричності та дійсності.

Індустріалізація фотографії дозволила використовувати її в різних інститутах контролю, як певний

аргумент доказу, як факт. Фотографія завжди цінувалась за надання певної інформації, за достовірність події або явища. Саме фотографія дозволяла надати найбільшу описовість для археологів, слідчих, істориків і значення її дуже велике. Інформація, яку надає фотографія є важливою в той момент історії, коли постає питання на отримання новин. Зонтаг виділяє фотографію як новий спосіб інформації, що володіє принципами вирізання простору, який дозволяє моделювати фотографічні образи, посилювати уяву про соціальну дійсність. На її думку, саме за рахунок набору фотографій світ набуває набору беззмістовних акцентів, втрачає безупинність часу, проте саме вона надає тайну та безліч трактувань кожному моменту.

**Висновки.** Книжки, журнали, виставки, Інтернет є тими культурними об'єктами, які дозволяють розмістити цілі групи фотографій. В них існує величезний порядок розташування, що визначає порядок перегляду. Але час розглядання фотографії залишається не регламентованим. Є можливість розглядати її стільки часу, скільки необхідно, щоб доторкнутися, роздивитись, зрозуміти. Фотографія – це свідчення існування того, що минуло. Якщо виникає сумнів від слів, то фото стає доказом.

На відміну від інших видів зображення у фотографії не можливо заперечувати те, що річ була присутня перед об'єктивом. У фотографії не відбувається накладення реальності, минулого і реального, тому Барт її вважає самою дійсністю, ноємою фотографії. Барт досліджує фото не як мистецтвом або комунікацією, а як референцією, що є складовою для фотографії. Ноємою (греч. *nohna* – думка, мислення) фотографії у Барта є як «воно там було». Тобто, те, що ми бачимо на фотографії, без сумніву є відображення дійсності як те, що колись відбулось. Відбувся той час, те місце, ті люди, той одяг, ті образи та ін..

Такий принцип дослідження дозволяє розглядати фотографію як об'єкт, що торкається, зачіплює, впливає, розповідає, повідомляє, звертається до того, хто її споглядає. Таким чином Барт приходиться до висновку, що фотографія має три аспекта: випадковість, сингулярність (як одиничність, неповторність миті) та «пригоду».

Фотографія в моді як ностальгія за тим, що було, але пройшло. Це певні сутінки модних інновацій, які за допомогою об'єктиву прагнуть залишитись в тому гротескному, надзвичайному, актуальному, модному, на даний момент, стані. Об'єкт моди, одяг, образ, зберігається, не руйнується, не старіє, не зношується, а залишається таким, яким захотів показати нам фотограф.

Фотограф завжди стає співучасником модної події. Він вступає в контакт з моделлю, співпрацює та підтримує образ, розгортає його, за допомогою фотокамери, проникає в саму суть змісту, проявляючи ноємою фотографії. Дія фотографа полягає в вирізанні дійсності, вичленуванні якогось моменту, його схоплення, зупиненні, а потім, в наданні нового життя, в іншому, штучно-відтвореному стані. Надаючи життя миті, можливо навіть безсмертя. Так, в безсмертному стані, до нас доходять фотографії з інших століть, які

стають доказами існування того чи іншого одягу, його способів носіння. Саме в такому безсмертному стані мода є фактом, доказом — «це було».

Фотографія, що схопила мить, стає більш пам'ятною, більш конкретною, ніж наприклад образ, що промайнув на екрані телевізора. Оскільки це є чіткий фрагмент вирізаний з часу. Подія, образ, модний одяг, за допомогою фотографії стає більш відомим, більш реальним, більш важливим та ціннісним. Саме фотографування наділяє об'єкт властивістю особливості, надає йому значущість, та вказує, що на це варто звернути увагу. Так, фотографія, як фрагмент життя, говорить, вказує споглядачеві, на що варто звернути увагу, що саме заслуговує нашої уваги.

Власне до цього завжди прагне мода, однак вона ніколи не матиме можливості механічної надреальної документальності, повної візуальної відповідності (практично, рівності) оригіналові. Але саме так проєктує на себе час, простір, людина — маєстро моди. Саме фактичне подвоєння моменту його життя і виведення ніби двійника, іншого, за сучасною термінологією, в новому образі, за межі часу надає моді майже магічного значення. Людина зуміла здолати час: ось навечно зупинилась миттєвість певного числа (певної години, хвилини, секунди), в певному місці і зберігається на ескізі, на фото, в костюмі.

Вивчаючи принципи дії та вплив фотографії на свідомість людини, Сюзан Зонтаг зауважує, що принцип шокування, враження, це те, що дуже часто використовується. Чим вражаючіше, несподіваніше було фото одного разу, тим агресивніший принцип шокування має бути використаний наступний раз. Адже відбувається принцип звикання до того, ніби несподіваного[4]. Схожі принципи шокування можна спостерігати в моді. Якщо нас шокували модні образи Вівьен Вествуд (хіппі та пакни) в кінці ХХ століття (Див. рис 1), а на початку ХХІ столітті, на подіумах Високої моди, наприклад, в Берліні (весна-літо 2011), спостерігаємо жіночі маскулінізовані образи жінок з наклеєними бородами, лисими головами, від Патріка Мора (Див. рис. 2), або шокуючі образи жінки-кіборга від Олександра Маквіна (осінь-зима 2009 р.).

Те, що ми побачили одного разу й отримали сильне враження від того, загартовує, починає в нас

існувати, ми починаємо з ним жити. Якщо раніше ми не знали, або не звертали увагу на якісь аспекти в житті, то після певного візуального шоку, ми з ним знайомі. Так, наприклад, в рекламі модних інновацій, використовують принцип відвертої еротизації. Те, що було особистим, схованим, в зв'язку з культурними та етичними нормами, раптом, за рахунок фотографії стає вседоступним. Фотограф, споглядачі стають свідками втрати певної норми цнотливості, нехтування межі етичного та неетичного, межі особистого та все доступного.

Кожну фотографічну роботу можна трактувати по-різному. Її можна розглядати, аналізувати, звертаючи увагу на об'єкт захоплення, розгадувати таємну реальності або бути захопленим тим образом, що вже дивиться на нас. Саме фотографія в ХХ столітті стає тим культурним фактом який засвідчує наше розуміння світу. Саме фотографія в ХХ ст.. неоднозначно вплинула на інші види мистецтва, виступивши в ролі синтезу мистецтва та технології.

**Подальший напрямок дослідження.** Запропоноване дослідження феномена моди в контексті фотографії дозволяє досліджувати моду як багатогранну знаковість, образність та комунікацію в різних культурних практиках ХХІ ст.

#### Література:

1. Арнхейм Р. О природе фотографии / Р. Арнхейм. Новые очерки по психологии искусства / Науч. Ред. В.П. Шестаков. М. : «Прометей», 1994. — 352с.
2. Барт Р. Camera Lucida: Комментарии к фотографии: Пер. с фр. / Послел. И коммент. М. Рыклина. М. : AD Marginem, 1997. — 221с.
3. Зелинг Ш. Мода. Век модельеров. 1900-1999. / Шарлотта Зелинг / М. : Konemann, 2000. — 656с., ил.
4. Sontag S. On Photography / Susan Sontag. New-York: Picador, 2001. —224р.
5. Ковриженко М. К. Креатив в рекламе [Текст] : постмодернистский облик моды / М. К. Ковриженко. - СПб. : Питер, 2004. - 252 с. : ил.,
6. Пітерс Дж. Дарем. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації / Джон Дарем Пітерс / Пер. З англ.. А. Щенка. — К. : Вид. дім «КМ Академія», 2004. —302с.
7. Эко У. Отсутствующая структура: Введение в семиологию / Умберто Эко / Пер. с итал. СПб.: Петрополис, 1998. — 432с.



Рис.1



Рис. 2