

УДК 7.038.6:687.016

Миргородская Н.В.

Херсонский национальный
технический университет

ИРОНИЧНЫЙ И ИГРОВОЙ ПОДТЕКСТ В СОВРЕМЕННОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ МОДЫ

Миргородская Н.В. Ироничный и игровой подтекст в современной иллюстрации моды. Статья посвящена вопросам иронического подтекста и игрового начала, которые присутствуют в современной иллюстрации моды. Указанные аспекты сформировались под влиянием постмодернистского искусства, неотъемлемой тенденцией которого они являются. Сарказм, ирония, гротеск и карикатурность выступают проявлением игровой функции и находят активное проявление в создании иллюстрации моды. Присутствие этих категорий помогает авторам иллюстраций добиваться создания ярких, запоминающихся и актуальных образов, сильной эмоциональной выразительности, и, таким образом, не оставляют зрителя равнодушным, включая его в критическое переосмысление продуктов индустрии моды. В таком контексте отображаемые модные тенденции фигурируют в более сложной форме, с учетом субъективного отношения автора к доминирующим персонажам и тенденциям.

Ключевые слова: иллюстрация моды, ирония, сарказм, игровой подтекст, изображение модных образов.

Миргородська Н.В. Іронічний і ігровий підтекст у сучасній модній ілюстрації. Стаття присвячена питанням іронічного підтексту та ігрового початку, які присутні в сучасній ілюстрації моди. Вказані аспекти сформувалися під впливом постмодерністського мистецтва, невід'ємною тенденцією якого вони є. Сарказм, іронія, гротеск і карикатурність виступають проявом ігрової функції та знаходять активний прояв у створенні ілюстрації моди. Присутність цих категорій допомагає авторам ілюстрацій у досягненні яскравих, актуальних образів, які запам'ятовуються, сильної емоційної виразності, і, таким чином, не залишають глядача байдужим, включаючи його в критичне переосмислення продуктів індустрії моди. У такому контексті відображені модні тенденції фігурують в більш складній формі, з урахуванням суб'єктивного ставлення автора до домінуючих персонажів і тенденцій.

Ключові слова: ілюстрація, мода, іронія, сарказм, ігровий підтекст, зображення модних образів.

Mirgorodskaj N. Ironic and game subtext in modern fashion illustration. Background. In recent years growing interest to fashion illustration has been observed, due to a wide range of features which provide this type of graphics tools. Purpose. The objectives of this research is to identify and trace the becoming of ironic subtext and the game beginning, which are present in contemporary fashion illustration. Methods. It was used visual comparative, structural-analytical and stylistic analysis for determining changes in the stylistic characteristics and typology of the period. Results. The study results support the idea that the trends of post-modernism are widely reflected in fashion illustration, the categories in terms of irony, sarcasm, grotesque caricature. Conclusions. We came to the conclusion that modern fashion illustrators pay attention not only to enrich their works in terms of technical and expressive means, but their conceptualization in the context to give them a start of the game beginning, a special connotation which give illustration originality, singularity and uniqueness.

Keywords: illustration, fashion, irony, sarcasm, game subtext, image.

Постановка проблемы. Наиболее важной характеристикой и, в то же время, требованием к иллюстрации моды является фактор сильного эмоционального воздействия и яркость образного решения. Дизайнер обязан переосмыслить информацию о модном и представить ее как своеобразный визуальный сигнал, который будет не просто узнаваем, но интерпретирован реципиентом определенно и однозначно. Происходит визуализация ценностей, представлений и вкусовых предпочтений, не существующих в зримой форме, воспроизведение смыслов и идей визуально. Эти процессы предполагают наглядность, доходчивость, универсальность визуально-графического языка, цель которого состоит в компактной передаче специальной информации, а также – в ускорении процесса ее восприятия. Уникальными в этом смысле являются возможности цифровой графики в исполнении модной иллюстрации.

Прибегая к услугам иллюстраторов моды, дизайнеры уже не просто решают проблемы качественной рекламы одежды как продукта дизайнера, но включаются в определенное игровое поле, дающее возможность реципиенту домысливать, досказывать, вариативно пересказывать, цитировать на свой вкус «образные намеки» и недосказанность изображенного с целью создания личного, интересного и эмоционально насыщенного образа. Основная цель – предоставление потребителю удовольствия от подобной игры с образами. Благодаря этому, в коммуникации моды возникает и функционирует бесчисленное множество диалогов дизайнера и потребителя, реализованных в иллюстрации как визуально-графическом тексте. Исходя из чего, **цель статьи** – раскрыть основные особенности иронич-

ной и игровой составляющей, которые доминируют в работах современных иллюстраторов моды.

Связь работы с научными программами, планами. Работа проведена в рамках реализации госбюджетной научно-исследовательской темы «Логико-семантическое моделирование визуального пространства: социокультурные и философские аспекты» (регистрационный № 0112U001612), направленной на реализацию постановления Кабинета Министров Украины № 947 от 07.09.2011 г.

Анализ существующих публикаций и результаты исследования.

Постмодернистские тенденции обуславливают современное состояние культуры в целом. Мода, как явление, включена в единое поле культуры, и поэтому обладает всеми характерными для периода чертами, в частности: ориентирована на массовость и элитарность; демонстрирует разные направления, эклектику, цитирование предшествующих эпох, фрагментарность. Элементы постмодернистской эстетики были быстро подхвачены творцами моды. Таким образом, к концу XX века мода стала одним из самых активных трансляторов эстетических ценностей постмодернизма. Она действует как в плоскости материальной, создавая модные объекты, так и в плоскости духовной культуры, производя «модные» идеи и ценности. Мода концептуализируется, благодаря чему ее прогнозирование становится игрой в реминисценции прошлого, компиляцией форм, цитированием и эклектикой [2].

Иллюстрация моды – изображение, как визуально-графический текст, структура которого образует самоценное объемно-пространственное, пластическое, цветоцветовое целое, подчиненное собственным законам проектной интерпретации, усиливает значение композиции изображения, гармонизации контрастных или нюансных сопоставлений, колористических решений. Благодаря этому выявляется художественно-эстетическая ценность иллюстрации моды как, практически, возрожденно-го вида искусства. И метафоричность, как художественная характеристика, состоящая в переносном употреблении смыслов и знаков на основе аналогии, подобия или сравнения, уже не просто указывает на присутствие ассоциативных коннотаций и их развитие. Метафора становится отправной точкой в создании иллюстрации моды как проектно-художественной формы ее презентации.

Удивить зрителя качественным рекламным модным образом в наше время достаточно сложно. Новый уровень понимания вещей требует от иллюстраторов моды усиления эмоционального подтекста изображений, создания неожиданного, иногда шокирующего образа. В иллюстрациях все больше проявляется феномен деконструкции, смысл которого заключается в разрушении стереотипов. Поэтому в работах иллюстраторов все больше используется спектр иронических, и сатирических экспериментов.

Раньше художественный редактор обсуждал с иллюстратором сюжет и композицию, но в технологический процесс создания картинки не вмешивался. В доцифровую эру не было фотостоков. Сейчас же недорогие картинки можно без усилий приобрести в базах клипартов. Стоки снижают требования к оригинальности. Некоторые стоки собирают работы типичных рисовальщиков, они воспроизводят востребованные сюжеты в самых разных техниках, которые, возможно, были некогда разработаны мастерами жанра. В результате, избыток картинок, покупаемых на стоках, не дает возможности молодым иллюстраторам развиваться. По той причине, что изображение может быть куплено легко и быстро в онлайн каталоге, дизайнеры не сотрудничают с иллюстраторами, избегая профессиональных связей. А тот факт, что все меньше и меньше дизайнеров обращаются к иллюстраторам, усиливает предвзятость в отношении к иллюстрациям, выполненным вручную.

Однако, любой кризис порождает антикризис. В этом контексте талантливые иллюстраторы моды сами нашли выход из ситуации. То ли интуитивно, то ли осознанно, они стали вводить в иллюстрацию ироничный подтекст и игровое начало. Стилистика трактовки модных образов приобрела выразительную гротескность, ироничность и саркастичность, которая в отдельных примерах граничит с карикатурностью, что придало авторской иллюстрации моды требуемую эксклюзивность. Проанализируем ряд примеров.

Иллюстрации и фотоколлажи с использованием вырезок из журналов знаменитого голландского иллюстратора Роберта Вагта (Robert Wagt) отличаются исключительным остроумием (рис. 1-2). Манера Вагта характеризуется не только расслабленностью, но и одновременно уверенностью, поскольку все его персонажи очень живые и обладают своим особым неповторимым шиком [7]. В своих работах он гиперболизирует конечности (ног) моделей и с помощью этой особенности задает определенную ситуативность, в которой преобладает легкая и светлая ирония, а также прослеживается поклонение идеализированному эталону красоты в индустрии моды. Эти же приемы используют и другие иллюстраторы, к примеру, Артуро Елена (Arturo Elena). Примечательным в его работах является удлинение человеческой фигуры при сохранении полной гармонии в пропорциях (рис. 3-5). Таким образом, иллюстратору удается передать множество ощущений: чувственность, женственность, динамизм... Детали настолько «прописаны», что можно ощутить даже фактуру ткани. Автор боготворит мир моды, все его работы пропитаны культом роскоши и красоты [8].

Молодой бельгийский иллюстратор Акраф Амири (Achraf Amiri) создал целую коллекцию саркастических рисунков, практически карикатур на современную моду. В этих кровавых, странных,



Рис. 1-2. Ілюстрація моди. Роберт Вагт

Рис. 3. Ілюстрація моди. Артуро Елена



Рис. 4-5. Ілюстрація моди. Артуро Елена

Рис. 6. Ілюстрація моди. Акраф Амири

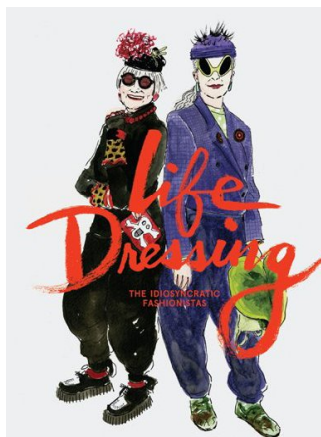
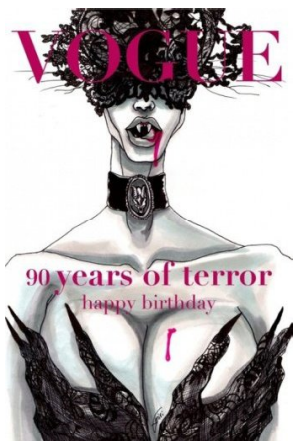


Рис. 7. Ілюстрація моди. Акраф Амири

Рис. 8-9. Ілюстрація моди. Джоана Авильєс

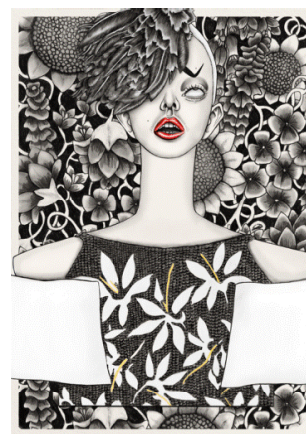


Рис. 10-12. Ілюстрація моди. Тара Дуганс (Tara Dougans)

но очень красивых иллюстрациях, он высмеивает «темную» сторону высокой моды. В своих работах А. Амири обнажает всю ту некрасивую изнанку модной индустрии, которая приводит к анорексии, поголовной брэндомании. Акраф показывает чего стоит тот или иной брэнд, иронично зарисовывая, казалось бы, пародии на модные картинки, в которых заложен глубокий смысл. В его новой серии «Fashion Victim» обыгрывается зависимость от моды как от наркотика. Известные лейблы рассматриваются в виде вещей, которые быстро вызывают привыкание. Пристрастие к модной индустрии символизируют марихуана, героин, кокаин и наркотические таблетки (рис. 6-7).

Юмористично-ироничный подход к созданию иллюстраций использует также Джоана Авильес (Joana Avillez). Любимое направление Авильес в иллюстрации – это карикатуры и комиксы. Девушка родилась и выросла в Манхэттене, сотрудничает с известными модными журналами. В своих иллюстрациях она показывает ироничное отношение к моде. Например, в одном из ее комиксов женщина, не решив, что надеть, вызывает Анну Винтур и Карла Лагерфельда, высвечивая специальный знак на небе с помощью прожектора. Джоана стала более известной после того, как сайт Refinery 29 предложил ей нарисовать и описать образы дизайнеров, модных журналистов и блогеров (рис. 8-9).

Не менее креативный фешн-иллюстратор Тара Дуганс (Tara Dougans) родилась в Канаде, но уже давным-давно живет и трудится в Амстердаме. Тара работает fashion-иллюстратором с известными модными брэндами и изданиями такими как: The Telegraph, Vision Magazine, Commons and Sense Magazine, Decoy Magazine, Computer Art Magazine, Capaccio Magazine, The Beautiful и многие другие. Ее иллюстрации – это особое специфическое виденье одежды как дополнения и отражения сущности человека. Т. Дуганс размышляет над тем, что в современном мире люди уже не носят одежду, а часто являются бесплатным приложением к ней. На черно-белых и цветных иллюстрациях можно увидеть персонажей, одержимых и поработанных вещами, попросту затерявшихся в них (рис. 10-12). На разных рисунках люди то почти «утонули» в метрах ткани и лишь едва-едва держатся на плаву, то начисто утратили собственное лицо. Иллюстратор в последнее время при создании своих работ использует анимационные приемы, что усиливает впечатление и настроение изображений [6].

Проведенный анализ показывает, что иллюстрация моды не просто приобретает актуальность и видоизменяется под влиянием общих тенденций постмодернизма. Она в значительной степени социализируется, обращая внимание не только на модные вещи и ценности, но и на современные общественные проблемы с ними связанные. Использование игрового начала, иронии, гротеска, карикатурности и т.п. позволяет привлечь внимание

потребителя, а также создать запоминающийся образ, эстетические качества которого не всегда отвечают привычному представлению о красоте.

Выводы. Из выше рассмотренного материала следует, что современные иллюстраторы моды уделяют внимание не только концептуализации своих произведений в плане художественно-технических средств выразительности, но и в контексте придания им игрового начала, особого подтекста, который делает иллюстрацию и своеобразной, и оригинальной, и даже уникальной. **Перспективы** исследования заключаются в дальнейшем раскрытии тенденций создания иллюстрации моды, современных инновационных техник, применяемых в расширении технических возможностей модных сообщений.

Литература:

1. Большаков В.П. Культура как форма человечности: Учебное пособие / В.П. Большаков. – Великий Новгород, 2000. – 72 с.
2. Грусман М.В. Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / М.В. Грусман; СПб. ГУТД. – СПб., 2010. – 22 с.
3. Джоана Авильес. Остроумная мода: фешн-иконы от Джоаны Авильес [Электрон. ресурс] / Режим доступа: <http://annarusska.ru/illustrations/8196.html>
4. Иконникова С.Н.. Теория культуры: Учебное пособие / С.Н. Иконников. – СПб. : Питер, 2008. – 592 с.
5. Стивен Хеллер. Образование иллюстратора: Гибель иллюстрации как жанра [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://educationofillustrator.tumblr.com/>
6. Тара Дуганс – самый необычный fashion-иллюстратор [Электр. ресурс] // Режим доступа: <http://www.inspireme.ru/post/40737>
7. Bethan Morris. Fashion Illustrator. Laurence King Publishing, 2006 – 208 p.
8. Blackman, Cally. 100 years of Fashion Illustration / C. Blackman. Laurence King Publishing, 2006. – 385 p.