



**НАЦИОНАЛНА ХУДОЖЕСТВЕНА АКАДЕМИЯ**  
**Катедра “МОДА”**

**ФОРМИ НА ФОТОГРАФИЯТА В КОНТЕКСТА**  
**НА КОНЦЕПТУАЛНИЯ МОДЕН ДИЗАЙН**

(История, същност, развитие и естетика  
на модата и фотографията с фокус върху модната фотография)

**АВТОРЕФЕРАТ**

върху

**ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД**

на

Александър Константинов Нишков

за присъждане на научна и образователна степен „доктор”

Научен ръководител: проф. Греди Асса

Рецензенти:

проф. д-р Теодор Янев

проф. д.н. Любомир Стойков

София, 2015

# СЪДЪРЖАНИЕ

## УВОДНА ЧАСТ

Въведение .....	4
Основни тези, цели и методи на работата .....	5
Структура на изложението .....	11

<b>ПЪРВА ЧАСТ.</b> Исторически преглед на развитието на фотографията, модата и появата на фигурата на модела .....	13
--	----

<b>ГЛАВА 1.</b> Големите стъпки на фотографията (Началото. Техническо и естетическо развитие в контекста на Индуриалната революция) .....	16
1.1. Гаспар-Феликс Турнашон (Надар) и портрета .....	17
1.2. Жан-Анри Лартиг – бащата на „лайфстайла“ .....	18
1.3. Ман Рей и сюрреализма във фотографията .....	35
1.4. Ървин Блуменфелд и началата на съвременната модна фотография .....	20
1.5. Лилиан Басман и съвършената естетика на модната фотография .....	21
Заклучение .....	23

<b>ГЛАВА 2.</b> Зората и развитието на съвременната представа за мода .....	23
2.1. Исаак Мерит Сингер и появата на шевната машина .....	24
2.2. Чарлс Фредерик Уърт и развитието на професията на моделиера .....	25
2.3. Леви Строс и налагането на всекидневния стил на обличане .....	26
2.4. Пол Поаре – дизайнерът на цяла епоха.....	28
2.5. Коко Шанел – грандамата на съвременната мода .....	29
Заклучение .....	31

<b>ГЛАВА 3.</b> Фигурата на модела: развитието на идеалите за красота във връзка с модата .....	32
---	----

3.1. Първите професионални модели - Мари Верне; Жан Ебютерн; Кики от Монпарнас; Нуш Елюр; Рене Перл; Гала; Жулиет Браунер; Анита Колби .....	34
3.2. Появата на супермоделите Джия Каранджи; Туиги .....	36
3.3. Златната ера на супермоделите от началото на 90-те - Синди Крофорд; Надя Ауерман; Клаудия Шифър; Наоми Кембъл; Линда Еванджелиста .....	36

Заклучение .....	36
<b>ВТОРА ЧАСТ. Модната фотография .....</b>	<b>39</b>
ГЛАВА 1. Допирни точки между фотография и изкуство .....	40
1.1. Естетика на фотографията. От Валтер Бенямин към Франсоа Сулаж.....	40
1.2. Връзки между модната фотография и изкуството .....	43
ГЛАВА 2. Между „директната фотография” и „фотографията-постановка” .....	46
2.1. „Това е било изиграно” вместо „това е било” .....	48
2.2. Концептуални подходи и модната фотография .....	52
ГЛАВА 3. Пресечни точки и съ-творчество в модната фотография .....	59
3.1. Взаимодействието между модна концепция и фотография. Пример с работата на Мариела Гемешева .....	62
3.2. „Лайфстайл” фотографията и връзката между произведение (продукт) и зрител (потребител). Пример с работата на Емилиан Събев .....	63
<b>ЗАКЛУЧЕНИЕ .....</b>	<b>65</b>
<b>ПРИНОСИ .....</b>	<b>71</b>

# УВОДНА ЧАСТ

## ВЪВЕДЕНИЕ

*„Впечатляващото провокира въпроси”*  
Проф. д-р Румен Георгиев

Настоящият труд има амбицията да предложи теоретичен и изследователски поглед към развитието на фотографията и по-конкретно на модната фотография, където се забелязва нарастваща необходимост от литература и методологически разработки за преподаване. Последните са необходими за развитие и осъвременяване на съществуващата методическа система, замислена и започната от проф. д-р Румен Георгиев през 1992 г., когато бе поставено началото на съществуващото към момента фотографско образование в България. Същевременно с това, настоящата разработка би захранила учебниците и учебните помагала ѝ за средното образование.

**Основният проблем, който мотивира работата** е забелязващата се след 2000-та година непоследователност в подредбата на изучаваните дисциплини и изготвянето на хорариумите, отнасящи се към специалността „Фотография”. Набляга се все повече на техническата подготовка на студентите, като часовете по „История на изкуството” се свеждат до минимум и се пренебрегват основни предмети като „Естетика” и „Драматургия”. Според служещата за отправна точка система на проф. Георгиев обаче в хорариумите на специалността „Фотография” влизат също и предметите „Музика”, „Визуални изкуства”, „Графичен дизайн” (последният доскоро се изучаваше в катедра „Плакат” на Националната художествен академия) и „Монтаж”.

Настоящата работа изхожда от убеждението, че за да се нарушават основните закони и да се експериментира с фотографията, то тя би трябвало да се познава много добре, като се владее не само техниката, но и философията, историята и граничещите с нея изкуства. Така дисертационният труд „Форми на фотографията в контекста на концептуалния моден дизайн” има за свой фокус разглеждането на параметрите на модната фотография от гледната точка на успоредното историческо развитие на фотографията и модата, и на техните пресечните точки в съвременността. Същевременно с това, доколкото коментира аспектите на изграждане на визуалния продукт (снимката), този труд е неделима част от методиката на обучение на студентите, изучаващи специалността „Фотография” и желаещи да се развиват професионално в областта на модната фотография. В този втори план на приложимост настоящият текст цели да подпомогне фотографското образование, като допринесе за развитието на теоретичната и методологическата основа на фотографското изкуство.

Акцентът на изследването се поставя върху проследяването на успоредните начала на фотографията, модата и появата на фигурата на модела, които

заедно дават компонентите за формирането и развитието на модната фотография. Самата времева рамка на изследването има за свой основен период на анализ феномените, появили се между началото и 60-те години на 20-ти век. Именно това е периодът, който поставя принципната основа на съвременната модна фотография. Той обаче не би могъл да бъде разбран и анализиран напълно без да се пристъпи към по-широката времева рамка – от средата на 19-ти век, до настоящия момент. Тя представлява времето, от една страна, подготвящо процесите, оформили първата половина на изминалия век и от друга, представляващо техен афтьрефект, който определя настоящето им състояние.

Работата няма за цел да даде възможно най-пълнен исторически, философски и естетически преглед на фотографията като цяло и на модната фотография в частност. Стремещът се състои по-скоро в това да се посочат знакови имена и подходи, които имат статус на икони (символни фигури) за това поле и определят неговото развитие.

## ОСНОВНИ ТЕЗИ, ЦЕЛИ И МЕТОДИ НА РАБОТАТА

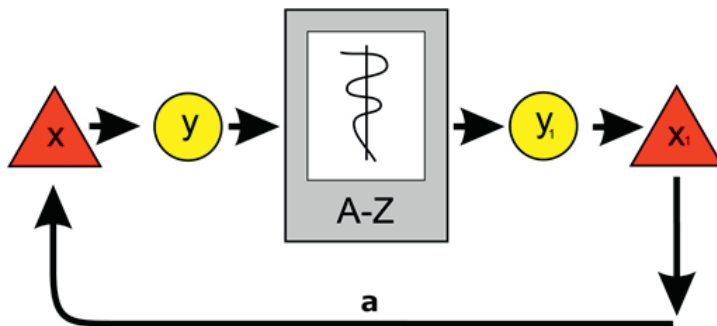
В работата развитието на фотографията и по-конкретно на модната фотография е поставено в контекста на: (1) икономико-политическите събития на Индуриалната революция, която дава рамката на началното технологично производство и поставя основите на модерния градски начин на живот; (2) времето между двете световни войни, което не само е време на авангардите и най-големите естетически открития на 20-ти век, но и период на големи промени, пренареждане на социалните слоеве, миграция и смяна на културните центрове, както и на базисна промяна на представата и начина на правене на култура; (3) а също и времето на и след 60-те години на изминалия век, които са повратен момент в развитието на съвременния социум, даващ отправна точка на неговото по-цялостно технологизиране и на комерсиализацията на културните продукти. Същевременно с това обаче 60-те са и времето, което изтласква на заден план консерватизма и традиционализма във всички сфери на живота, затваря вратата към миналото и отваря прозореца на едно друго, „ново” бъдеще – не това на рационалността и логиката, но на предметността и стоката. Тази обстановка, от своя страна, предизвиква реакция на интелектуалните и артистични кръгове, които продължават да настояват на осмислянето на интелектуалните продукти, следвайки съзнателно или опипом както проектите на квантовите физици, търсещи бога, така и дадаистиките игри на Марсел Дюшан, настояващ на предимството на идеята над свършената изработка на обекта (продукта).

Към времето след 60-те настоящата работа се отнася по двойствен начин: от една страна, тя коментира този период като продължение на процеси, започнали по-рано, които намират проявлението си в съвременната ситуация

и от друга, се стреми да запази критическа дистанция спрямо ефектите на комерсиализация на фотографията и модата като настоява на гледната точка, че фотографията е изкуство, притежаващо свой автономен език в съвременните производствени условия. В работата тази позиция е изведена най-вече на базата на „Естетика на фотографията” на Франсоа Сулаж, като на места спрямо нея се коментират автори като Валтер Бенямин и Ролан Барт.

Във времето след 60-те до настоящия момент нараства тенденцията да се мисли за връзката както между твореца и произведението, така и между произведението и публиката. Мислещият автор и зрителят успяват да установят една „обща мисловна конструкция”. Тези тенденции започват да се развиват още от началото на 20-ти век, като символична работа за периода е „Фонтанът”, 1917 на Марсел Дюшан. Тя е насочена срещу буржоазния вкус, доколкото представлява провокация към създаващите се социални отношения и същевременно съществува като форма на протест срещу все по-агресивния прагматизъм. Създава се една нова артистична среда, в която концепцията (а не занаята, технологията) става водеща и това довежда до относителното отпадане на жанровото делене в изкуството. В тази посока по-късно може да се мисли и налагането на пърформанса, който е форма, даваща възможност да се смесват различни изкуства, доколкото той е интердисциплинарен и мултижанров. Своеобразен продължител на тези тенденции още в първите авангарди в края на 50-те и началото на 60-те години на 20-ти век се явява концептуалното изкуство, което се налага като една от водещите изразни форми на изкуство, променяща базисно нагласите за произведение, автор, зрител и т.н. В концептуалното изкуство на преден план е изнесена идеята (концепцията, тезата, посланието), което определя формата, материала, визуалното изражение на творбата. Така триъгълникът автор-творба-зрител, който започва да се мисли още с работата на Дюшан, се оформя окончателно като динамично поле на комуникация на произведението.

В теоретичната част на моята дипломна работа, защитена в НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов” през 1996 г. изведох във вид на формула троичната връзка в така коментирания триъгълник. От днешна гледна точка, тази теория е доказано ефективна и работеща.



X - авторско преживяване (идея), Y - авторско осмисляне, A-Z - авторско произведение;

Y1 - зрителско осмисляне, X1 - зрителско преживяване (достигане до идея), a - стимул.

При така представената схема

ако  $X = X1 \Rightarrow$  наличен е документ,

ако  $X \neq X1 \Rightarrow$  налично е изкуство

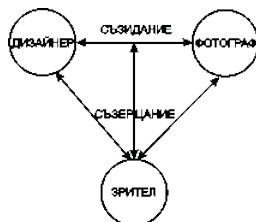
Тази схема предполага определена представа за изкуство, така, както и специфично разбиране за автор. Именно те са обект на интерес в настоящата работа, в която разликата между „документ” и „изкуство” по смисъла на горната схема се търси в автономността на работата и фигурата на автора върху произведението, доколкото последното следва да се възприема именно като авторско дело. Изображението по-горе показва обаче и сложността в начина, по който следва да се мисли самата фигура на автора, който е непосредствено свързан със зрителя, както и с неговото преживяване и осмисляне на произведението. Това се случва, от една страна, в аспекта на възприемане на авторската работа, което е и стимул (вдъхновение) за автора, търсещ очакванията, погледа върху света и мислите на зрителите, и от друга страна, в аспекта на конституцията на самото произведение.

В „Естетика на фотографията” Франсоа Сулаж посочва, че изкуството би следвало да се възприема като триъгълник, в който участват авторът – произведението и зрителят. „Ето ни вече при третия връх на триъгълника на изкуството: възприемащият. Независимо дали е обикновен любител, специализиран критик или утвърден артист, той реорганизира творбата, която е пред него. Тази възможност и този интерес към реорганизирането са белег, че купчината от знаци може да бъде творчество.”

Авторът има предвид фотографията въобще, въпреки това обаче, при така очертаното (в работата) развитие на изкуството – едновременно икономическо, социално, технологично, но и интелектуално и творческо, показаната по-горе формула може да се приложи и към модната фотография. Това става, като се добави още един елемент при мисленето на фигурата на автора, а именно – съ-творчеството като съвместна работа между фотографа и дизайнера, артиста и т.н.

**Вече наложена като жанр, модната фотография се превръща в доказателство за вторичното изживяване на усещането за изкуство както за дизайнера, така и за фотографа. Крайният съвместен продукт, както показва горната схема, е обединена, съвсем нова творба, която има свой самостоятелен естетико-емоционален живот. Това е онзи артистичен акт, емоционално равностоеен на този при първоначалното творческо залагане от страна на дизайнера и неговото артистично доразвиване (визуално продължение) от страна на фотографа – тоест създаване и наличие на съ-творчество.**

Тук предлагам още една схема, която доизяснява тези взаимоотношения и акцентира едновременно върху процеса на съ-творчество и върху автономността на фигурата на автора:



Не е важна направата на дадено произведение, а неговата идейна, концептуална стойност. Творческият жест не се изразява вече в удъра на четката върху платното или в натискането на спусъка на камерата, а в мисълта, която движи „ръката на твореца”. Именно тази концептуална стойност поставя по нов начин връзката между автора и зрителя – връзка, провокираща и вдъхновяваща еднакво и двете страни. Зрителят участва със своя интерпретация – схващане за концепцията на работата, което, от своя страна, оказва влияние върху начина на работа или с други думи върху самия процес на творчество. Тази връзка е още по-силна при модната фотография, където поради функционалния характер на модата, ролята на фотографията в процеса на съ-творчество е да надгради материалността и функцията – да създаде атмосфера, да вдъхнови и изгради образ не просто за дрехата, но за личността, настоящето, обстановката, ситуацията, която тя предполага.

Не на последно място троичната връзка между автор, зрител и произведение на изкуството може да служи и като отправна точка за осмисляне на взаимоотношението между произведението и културната среда (кодовете на смисъл и моделите на възприятие, които оформят представите за реалност), като по отношение на фотографията този аспект би могъл да се разглежда през промяната на границата между реалност и въображение.

Настоящата работа разглежда тази граница (между реалност и въображение) от гледната точка на определено разбиране за характера на фотографическото изкуство, което до голяма степен следва гледната точка на Франсоа Сулаж, разгърната в книгата му „Естетика на фотографията”. В своето развитие през времето фотографският образ постепенно загубва характера си на документ, който свидетелства за реално събитие или ситуация и все повече се превръща в образ, свързан с въображаемото. Принципът на Роланд Барт „това е било” се замества от този на Франсоа Сулаж „това е било изиграно”, според който рамката на кадъра, определяща композицията на образа има функция подобна на сцената. Тя разделя видимото от невидимото и сама по себе си служи за режисиране на реалността. Ето какво казва Сулаж - „Снимката е по-малко



от страната на видяното, колкото от страната на породеното: тя е резултатът и отгласът на феномен, който съществува само като функция на определен трансцендентален обект и на определен субект (последният е съставен от фотоапарат, лента и от човек, замисъл, култура). Снимката е повече продукт, който изследва видимото, отколкото обект, който го показва.”

Така даденото определение е коментар върху функцията и усещането за документалност, свързани базисно с фотографията. Ние вече сме лишени от възможността да кажем, че не вярваме на очите си, защото първичната ни реакция е да вярваме на снимката повече, отколкото на самата реалност. Базирайки се върху това, Сулаж изгражда определена визия за характера на фотографичността, която противоречи на гледната точка на Роланд Барт за аналогичния (на действителността) характер на фотографията. Така принципът на Барт – „това е било” се замества от тезата на Сулаж – „това е било изиграно”.

„Всъщност, от един двуизмерен черно-бял правоъгълник, аз си „измислям”, защото пораждам, благодарение на въображението ми, образ, който разбирам феноменално. Ако смеем да кажем, снимката е преди всичко плодът на умствената дейност при възприемането ѝ. Следователно във фотографията, фикцията е задължителна, ако не, то се изпада в шизофрения.

Самото „това е било” е възможно на цената на двойна несъзнателна фикция: фикция, която съществува във всяко възприятие на една снимка и фикцията/илюзията, че фотографията може да е реалистична. „Това е било” се казва в лошата вяра. „Това се е играло” първо обърква, безпокои, смайва, после става весела наука, произвеждаща практика, неопределена увертюра: възможна увертюра към изкуството...”

Авторът акцентира върху базисното поставяне на характера на фотографския образ между реалността и въображаемото; между документа и предпоставената идея (идеология) в театрализирането на действителността, което ни я представя такава, каквато искаме да бъде и само по себе си, я променя. В настоящето, в което технологичните възможности нарастват все повече (да си представим само дигиталното измерение на фотографията и възможностите на програми като фотешоп) и доминират преди всичко образът и визуалната информация, принципът на Сулаж (вместо този на Барт) изглежда все по-актуален.

Възможно ли е при така поставения въпрос фотографията да улови действителността? Дали реалността се „запечатва” (документира) или се театрализира, пречупва през различни призми и режисури?

Последният въпрос касае и статута на фотографията като изкуство, с което по-тясно се занимава настоящата работа: **доколко и как фотографският образ е пречупен през мисловната и естетическа призма на артиста?**

**Основната гледна точка и хипотеза, която работата се старее да докаже е, че модната фотография има характера на изкуство, което, от своя страна, се е обособило на базата на развитието на модния дизайн и на**

артистичната фотография. В работата ще бъдат проследени успоредните развития на фотографията и модата, както и появата на фигурата на модела. Ще се потърси и анализира допирът между всички тях, чиято реализация е своеобразен пърформанс, който в настоящият труд ще се разглежда през термина „фотографски акт” (отново в референция към Сулаж).

Специфичното поле на настоящата работа, което надгражда и конкретизира представените до тук концепции, се очертава на базата на убеждението, че в същността си модната фотография би следвало да е сред най-ярките примери за концептуален подход, доколкото тя произхожда и същевременно изпълва представата за „обща мисловна конструкция” (представена чрез диаграмата по-горе). Процесът на създаване и изграждане на модната фотография прилага на практика дюшановата конструкция, като от две независими изкуства, каквито са фотографията и модния дизайн, се създава трета художествена форма. Тя е безспорно временна в материален аспект, но прогресираща в творческо-емоционален план. Творческото съдържание на модната фотография представлява изцяло концептуален подход, доколкото е реалност само в ума и се основава на мисловни построения и концепти, които извън себе си пораждаат единствено артефакти, продукти на това творческо изживяване. В същото време тя се изправя пред задачата да компенсира загубата на предметната уникалност на конфекцията, акцентирайки върху красотата и значимостта, доближавайки зрителя възможно най-близо до онова изживяване, което са изпитали артистите (дизайнери и фотографи) в процеса на творчество. Последното описва именно характера на модната фотография като съ-творчество, в което си партнират различни авторски визии. Модната фотография дава възможност за мечти и търсене на едни от начините съвременният зрител да намери своята външна форма на индивидуална изява, да се отлочи от масовия стремеж за унификация в обществото, налагащ се през 20-ти век и продължаващ до днес. Може да се каже, че в модната фотография са се запазили по специфичен начин едни от основните визии на авангардното изкуство. Например, дадаистите (сред които Дюшан и Ман Рей) първи обръщат внимание на поробването на красотата от функцията. Модната фотография продължава по свой начин тази философия, доколкото се интересува по-малко от функционалността на дрехата и залага на усещането, което дава красотата на нейната форма; тоест – тя дефункционализира дрехата като продукт и я рефункционализира като художествено произведение или поставяйки я в художествена среда, тя я превръща в естетически детайл. Не може да се отрече, че модните фотографии боравят с материя (материалност), но в повечето случаи тя се възприема като фигуративен модел, даващ безкрайни възможности за комбиниране на форми, чрез които, на свой ред, се защитават едни или други творчески цели. Те се явяват негласен медиатор в сблъсъка между индустриалния и технологичен свят и духовно-интелектуалната необходимост, като създават въображаем и понякога труднозабележим, но красив свят. **Задачата на работата е да разшири позна-**

нието върху съдържателното изграждане на артистичност (в това число и модното) фотографско произведение, като не приема това произведение за стока, а го разглежда като резултат на емоционално-естетическо преживяване, тоест – като изкуство. В случая критериите за изкуство, които се приемат като константни и от гледна точка на които се развива и защитава настоящата теза са: **1. Талант; 2. Вещина (възможност за изразяване); 3. Предаването на усещане за красиво; 4. Новаторство.**

Дисертационният труд си поставя и допълнителната задача да илюстрира, допълни и подчертае своята текстова част с необходимия снимков и илюстративен материал, като на места в текста дискутира и обсъди конкретни визуални примери и проекти.

Основните методи на работата са историческите проследявания, осъществени през работата и постиженията на конкретни автори (творци) и модели; следването на теоретични идеи за характера на фотографския образ във връзка с модата и с изкуството като цяло и не на последно място, анализа на конкретни проекти и образци, които са свързани с практическата работа и опит на автора на настоящата теза като действащ фотограф.

## СТРУКТУРА НА ИЗЛОЖЕНИЕТО

Настоящата работа е разделена на две основни части, които, от своя страна, са структурирани чрез подглави и теми.

**В първата, историческа част се проследяват успоредните процеси на развитие на фотографията и модата, като същевременно с това се разглежда и появата на фигурата на модела.** Дисертацията не се стреми да представи пълен исторически преглед, а се фокусира върху конкретни имена и подходи, които са разгърнати биографично-исторически, в социално-културен план и с оглед на новаторството им за конкретното време/период. По отношение на фотографското изкуство този труд се фокусира върху пет емблематични имена в историята на фотографията. Това са: Надар – майсторът на портрета, който (същия този портрет) стои в основата на модната фотография; Лартиг – бащата на „лайфстайл” фотографията; Ман Рей, който е проводник на сюрреализма; новаторът Бруин Блуменфелд и Лилиан Басман, която налага съвременния стил на визуализация в модата. Басман е между най-изявените ментори в модната фотография. Достатъчно е да бъде отбелязано само името на нейния последовател, а в следствие и изтъкнат колега – Ричард Ейвидън. Чрез излагането на личните и творчески биографии на тези автори ще може да се проследи и прехода от живописиста към фотографията и обратното. Разбира се, така направената своеобразна „селекция” от творци съвсем не изчерпва майсторите на фотокамерата, но множество изследователи смятат, че именно след тяхното творчество фотографията се развива така, че се променя самата представа за новаторство; или с други думи, именно това са хората, правещи

големите стъпки от перспективата на модната фотография, която е предмет на настоящата работа. От гледна точка на развитието на модата, в текста е проследена дейността отново на петима автори – Айзък Сингер, Чарлз Уърт, Леви Строс, Пол Поаре и Коко Шанел.

Общата перспектива, която се следва при последяването на развитието на фотографията и модата е Индустриалната революция, социалните, културни и икономически промени, технологичния напредък, консуматорското общество и съвременното състояние на културата. Съществена част при проследяването на тези процеси и ключов компонент за развитието на модната фотография е появата на фигурата на модела. Затова последната глава от първата част на работата разглежда иконични образи в това поле, които възплъщават представите за красота и същевременно свидетелстват за развитието на модата и по-конкретно модната фотография, от гледна точка на представите, въображенията, нагласите на обществото.

Във втората част на работата е концентрирана теоретическата част на дисертацията, която цели да развие представата на Франсоа Сулаж за „театрализацията“ на действителността, с която е свързан фотографския образ, като обясни връзките между „постановка“ и фотография от гледна точка на перформативността на фотографския акт. Ще бъдат разгледани темите за:

(1) Основните посоки, в които могат да се мислят връзките между фотография и изкуство (Глава 1. „Допирни точки между фотография и изкуство“, която, от своя страна, се разделя на: 1.1. „Естетика на фотографията. От Бенямин към Сулаж“ – подглава, в която се разглежда базисния текст на Валтер Бенямин „Художественото произведение в епохата на неговата техническа възпроизводимост“. Текстът е ключов за разбирането на комплексните взаимоотношения между фотография и изкуство, както и за връзката между фотографията и технологичното развитие на обществото, стоящо в основата и на съвременните форми на производство и разпространение на образи. В подглавата се поставя акцент върху различния начин на мислене на „автономността“ на фотографията при Бенямин и при Сулаж, който е свързан с изместване на акцента (при Сулаж) от сферата на производство и разпространение на образи, към сферата на творческо създаване на образи или с други думи - на изкуството. Именно връзката между фотографията и изкуството е акцентът във втората подглава, която представлява разсъждение по-конкретно върху модната фотография – 1.2. „Връзка между модната фотография и изкуството“.);

(2) Двете тенденции във фотографията, определени от Жан-Клод Льемани и цитирани от Сулаж в книгата му „Естетика на фотографията“ – „директната фотография“ и „фотографията постановка“ (Глава 2. „Между директната фотография и фотографията постановка“), като тази по-голяма тема е съотнесена, от една страна, към тезата на Франсоа Сулаж (подглава 2.1. „Това е било“ срещу „това е било изиграно“) и от друга, към изясняване на връзките между фотографията и различни концептуални подходи, които да ни дадат параметри-

те на триъгълника автор-произведение-зрител като основа на комуникацията на творбата (подглава 2.2. „Концептуални подходи в модната фотография”).

(3) Характера на съвременната модна фотография като територия на съ-творчеството се разглежда в Глава 3. „Пресечни точки и съ-творчество в модната фотография”. В това отношение ще бъдат предствени съществуващи примери в съвременния български моден дизайн и стилистика, от гледната точка на постоянното и едновременно партньорство на модната и „лайстайл” фотография. Тук ще бъдат разгледани автори като Мариела Гемешева и Емилиан Събев. (3.1. „Взаимодействието между модна концепция и фотография. Пример с работата на Мариела Гемешева”) и (3.2. „„Лайфстайл” фотографията и връзката между произведение (продукт) и зрител (потребител). Пример с работата на Емилиан Събев”). В тази част анализа се базира основно на практическия опит на автора на настоящия труд като фотограф, който в текста е теоретично осмислен.

Следва „Заключение” и „Индекс на работната терминология” и „Библиография”.

Визуалните материали, от които работата изхожда (с изключение на някои ключови снимки и графики) са публикувани в отделно приложение.

## I

### ИСТОРИЧЕСКА ЧАСТ

#### Успоредните процеси на развитие на фотографията и модата.

#### Появата на фигурата на модела

### ГЛАВА 1

### ГОЛЕМИТЕ СЪТЪПКИ НА ФОТОГРАФИЯТА

*„Божественото е дейно в живота, а не в мъртвото.  
То е в онова, което се развива и променя...”*

*Гьоте*

#### Началото

На 7 януари 1839 г. френският физик и математик Франсоа Доминик Араго докладва пред Френската академия на науките за открития от Луи Дагер и Исидор Ниепс способ за запазване на траен фотографски образ - дагеротипия. Този ден се смята за рождена дата на фотографията. Може да се каже обаче, че историята на фотографията започва още от времето на Аристотел, който за първи път наблюдавал явление, останало в историята на физиката като „камера-обскура“. Той, заедно с Евклид, описва т.нар. стенопеичен прибор (от гръцки στένω/стено-тесен, ὀπή/опе-отвор, дупка), който създава изображения.

Отворът, който играе ролята на обектив без лещи, трябва да е много малък — от порядъка на 0,5 мм (1/50 инча), за да се постигне контрастно изображение. Диаметърът на отвора играе също ролята на диафрагма, която се изчислява според светлосилата или интензитета на светлината, която пропуска, както и според разстоянието между отвора и фокалната равнина. Това явление е описано от различни учени, между които Абу Али Алхазен, Албертус Магнус, Леонардо да Винчи и Роджър Бейкън. То обаче е забранявано от църквата и затова постепенно потъва в забравата.

Първите наблюдения и бележки върху ефекта на „камера обскура“ се приписват на китайския учен Мо Ти (470–391 г. пр.Хр.), който е описал редица опити, свързани с обект, проектиран на „екран“ през отвор. В края на живота си Мо Ти анализира заедно с философа Чанг Чжоу (369–286 г. пр.Хр.) своите експерименти и двамата първи дават определението „събирателно място“, познато днес като апертура (диафрагма). „Камера обскура“ за последен път е била преоткрита и усъвършенствана от Джовани Батиста де ла Порта през 1558 г. През 1568 г. Даниеле Барбаро установил, че ако малкият отвор на камерата се разшири и в него да се постави събирателна леща, образът става много по-светъл и ясен. Това всъщност бил първият фотографски обектив, а именно - монокълт. Астрономът Йохан Кеплер предложил вътрешните стени на камерата да се боядисат в матово черно, за да не отразяват дифузно светлината - условие, с което се съобразяват и съвременните производители на фотоапарати.

По това време започват и първите опити за изработване на светлочувствителни материали. Още през VIII в. Ябир Хаям пише, че изложен на светлина, сребърният нитрат потъмнява и става негоден за медицински цели. Базирайки се на това заключение, десет века по-късно немският лекар Йохан Шулце прави серия опити и документира светлочувствителността на сребърния нитрат. Професор Шулце публикувал резултатите през 1727 г., но на него и през ум не му минало да се опита да запази получените изображения, защото щом разклател разтвората в бутилката, образът изчезвал. Тези експерименти обаче предизвикали поредица от наблюдения, открития и изобретения в областта на химията, които, с помощта на „камера обскура“, преди малко повече от век довели до откриването на фотографията.

През 1813 г. французинът Жозеф Нисефор Ниепс започнал свои опити за запазване на образ и изнамерил метод, който нарекъл „хелиография“. Той използвал оловна плоча с нанесен върху нея слой лак, изготвен от асфалтов прах и лавандулово масло. През 1827 г. Ниепс срещнал при парижкия оптик Шарл Шевалие художника Луи Дагер и му споделил своите търсения. Впоследствие Ниепс и Дагер обединили усилията си и усъвършенствали методите си. След смъртта на Жозеф Ниепс, Дагер заедно със сина на Ниепс - Исидор, продължил да усъвършенства метода и му дал ново име - дагеротипия. През 1839 г. Араго съобщава за “новата културна придобивка на човечеството” пред Френската академия на науките.

Междувременно, Еркюл Флоранс, френско-бразилски изобретател и ху-

дожник, вече е създал подобен процес през 1832 г. в Бразилия и го нарича фотография. Освен това успоредно с Ниепс-Дагер на „острова“ един друг откривател - Фокс Талбот, работи в същата посока. Около 1835 г. Талбот получава негативно изображение върху хартия с размер 1X1 in. (виж фиг. 3, приложение 1) Процесът на Талбот използвал хартия, покрита с фоточувствителен материал - сребърен хлорид. Той поставял обекти върху фотохартията и я експонирал на слънчева светлина. Образите, получени по този метод, днес се наричат фотографии. По-късно Талбот поставя фотохартията в „камера обскура“ и получения негативен образ фиксира в солена вода. След още няколко подобрения той оповестява през 1840 г. изобретяването на калотипията, която доусъвършенства и нарича „талботипия“.

Независимо че „дагеротипията“ е обявена първа, повечето изследователи признават „талботипията“ като основа на съвременната фотография.

През 1840 г. московският фотограф Алексей Греков конструирал фотоапарат за дагеротипия. Скоро хартиеният негатив бил заменен със стъкло, с което била постигната прозрачност и удобство при работа. Така техническата основа на фотографията вече е поставена и утвърдена. Тя се оказва сравнително лесна и достъпна, и част от артистичния свят вижда в нея нова форма на изкуството. От този момент започва и видимото й „съревнование“ с живописата. Критици, изследователи и журналисти застават на двете крайни позиции – „за“ и „против“. Но независимо от обществения диспут фотографията продължава стремително своето развитие както в техническо, така и в естетическо отношение.

Не можем да говорим за големите стъпки на фотографията, без да споменем първите три, а именно тези на Ниепс, Дагер и Талбот.

Очевидно е, че и тримата, които нямат художествено образование или поприще, проявяват завидно артистично чувство в композиционно отношение, въпреки техническите препятствия, съпътстващи работа им. Абстракцията на Ниепсовия поглед изпреварва постимпресионистите с години; при Талбот се усеща ренесансовото влияние, а Дагер поставя в центъра на силно изразената отворена композиция първите заснети хора в историята (човекът, лъскаш обувки и неговия клиент) и като че ли наемква за появата на определението „импресионизъм“. Видимо повлияни от изобразителното изкуство, тримата пионери илюстрират своите открития с визия, различна от вкуса на господстващия по това време романтизъм, но в същото време абсолютно се вписват в него, ако приемем определението на Исая Бърлин: „...в царството на етиката, политиката и естетиката от значение е автентичността и искреността в търсенето на вътрешни цели; това се отнася еднакво до индивиди и до групи - държави, нации, движения. Това е най-очевидно в естетиката на Романтизма, където идеята за вечен модел, платоновата визия за идеална красота, която артистът търси, за да пресъздаде, макар и неизбежно несъвършено, чрез четка или чрез звук, е заменена от страстна вяра в духовната свобода, в личната креативност. Художникът, поетът, композиторът не държи огледало срещу природата, кол-

кото и идеална да е тя, а я създава; той не подражава (доктрината на мимезиса), а създава не само средствата, но и самите цели, които преследва; тези цели представляват израз на неповторимостта на артиста, на вътрешната му визия, а да ги отхвърли и да отговори на изискванията на “външния” глас - този на църквата, държавата, общественото мнение, семейните приятели, арбитрите на вкуса - е акт на предателство на това, което оправдава неговото съществуване - креативността”.

### **Техническо и естетическо развитие в контекста на Индуриалната революция**

Развиването на тази (първоначална) фотографска естетика върви ръка за ръка с големите социални и обществени промени на времето, свързани с развитието на техниката и организацията на модерния начин на живот. Едно определение в писмо от 6 юли 1799 г. на френския дипломат Луи-Гийом Ото определя голямата промяна, която настъпва в социалните отношения като „индуриална революция“. Промяна, която довежда до реорганизация на обществото, смяна на ценностните, политическите и естетическите критерии.

В средата и края на 17-ти век Англия започва да догонва световния лидер Холандия по темпа на ръст на манифактури, а по-късно и в световната търговия и колониалната икономика. Към средата на 18-ти век Англия става водещата капиталистическа страна. По ниво на икономическо развитие тя превъзхожда останалите европейски страни, разполагайки с всички необходими предпоставки за преминаване към нова степен на обществено-икономическото развитие, а от там - към мащабното машинно производство. Именно това довежда Индуриалната революция в последната третина на 18-ти век, която в първата половина на 19-ти век приема всеобщ характер, обхващайки и другите страни от Европа и Америка.

„Дойдохме тук заводите да видим  
не с цел по-мъдри пак да си отидем,  
а само в случай, че попаднем в ада,  
за нас да няма вече изненада.“

В такава светлина през 1787 г. великият Робърт Бърнс вижда зараждането на Индуриалната революция. В световната история Индуриалната революция се свързва с изобретяването на парния двигател и въвеждането на задвижвани с пара машини, главно в текстилната промишленост. Само по себе си, подобно изобретение едва ли би довело до нещо значимо (необходимите технически решения са били известни и по-рано), но в този период английското общество е подготвено за използването на нововъведения в широки мащаби.



**Фотографията следва този дух на времето. Тя е част от новата атмосфера на технологизиране и масово производство за нуждите на новопоявилата се класа и пазари, същевременно с това обаче тя успява да развие своя естетика и да тръгне по свой път на вътрешно, естетическо развитие.**

Целта на артистите-фотографи не са търсенията на Неокласицизма и Романтизма, а именно портретът на Човека като физика и душевност. Това търсене е логично следствие на философията на поколението на романтиците, което отрича идеалите за всевластието на разума и доминацията на науките над изкуството и търси утеха в света на чувствата и емоциите. Повишаването на чувствителността на фотографската емулсия и усъвършенстването на затвора на камерата ги доближава до техния блян – да запечатат образите на своите съвременници и духа на времето, в което живеят. От своя страна тези, които търсят услугите на фотографите, искат чрез новото да демонстрират пред обществото съвременна мисъл и социално положение. Този технически напредък позволява на артистичния небосклон да изгреят таланти, които обособяват основни жанрове във фотографското изкуство – фотопортрета и социалната фотография, влезли в основата на жанрови типове като „стрийт“, „лайфстайл“ и студийната фотография.

### **1.1. Гаспар-Феликс Турнашон (Надар) и портрета**

Някак напук на вихрещия се в началото на 19-ти век Реализъм във френския културен елит изгрива звездата на Надар – портретистът на души. Творецът първи успял да сътвори портрет чрез детайла в „Очите на Берлиоз“. Началото и пикът на неговата кариера минават под знака на просперитета на Франция – към този момент тя е най-богатата европейска държава, а Париж е определящ търговски и културен център. Търговският нюх на Надар усеща безпогрешно снобския интерес към новото и модерно изкуство и разчитайки на таланта си, успява да го превърне в доходно занимание. Фотографията се оказва силен конкурент на живописата. Той успява да доведе качеството на фотопортрета до статуса на признато изкуство. Приятелите му художници го наричали „Тициан на фотографията“. Самият той пише: “Фотографията е прекрасно откритие ... Теорията може да се научи за час, основните техники за ден ... Но това, което не може да се научи, а се чувства, е светлината. Начинът, по който светлината пада върху лицето, сте длъжен да определите сам. За да получите сходство, различно от баналния портрет, трябва да влезете в съюз с позиращия, да чувствате неговите мисли и да усетите неговия характер”. През април 1874 г. френският фотограф изпада в несъстоятелност и се налага да освободи ателието си. В последната седмица преди да се изнесе от него, той го предлага на група художници (част от чиято интелектуална среда е), станали известни по-късно като „импресионистите“ и по този начин прави възможна първата им обща изложба – така (без да предполага) спомага за развитието на изобразителното изкуство по онова време.

Доайенът на френските фотографии умира на 21 март 1910 г. и е погребан в гробището „Пер Лашез”.

## **1.2. Жан-Анри Лартиг – бащата на „лайфстайла”**

Роден в Курбевоа в заможно семейство на шест години Лартиг получава като подарък първия си фотоапарат. Значимостта на Жак-Анри Лартиг (1894 - 1986), смятан днес за един от най-големите фотографи, не се дължи на факта, че прави първите си снимки, когато е само шестгодишен, а най-вече на това, че никога не изоставя детската си страст да фотографира, да рисува и да пише в дневниците си. Когато през 1986 г. умира на 92-годишна възраст, Лартиг оставя ценен архив от над сто хиляди фотографии, седем хиляди страници от дневници и 1500 картини. Предмет на неговите творчески търсения са преди всичко собствения му живот с хората и дейностите в него - снима случващото се с впечатляваща комбинация от интимност и спонтанност.

Жак Анри Лартиг никога не се е ограничавал от вида или формата на камерата – той се е интересувал от красотата и финеса на визията. Количеството, качеството и духът на творбите му могат да го определят както като „официален хроникьор на Бел епок”, така и като създател на най-богатата илюстрирана автобиография в света.

Вдъхновяващите творби на Лартиг подсказват формите и дислокациите на съвременните фотографии в областта на модната и „лайфстайл” фотография.

След като Надар налага портрета като основен фотографски жанр, а Лартиг вижда и снима Човека в неговата собствена среда, полагайки основата на “лайфстайла”, един гений обръща общоприетата представа за фотографията и предпоставя появата на съвременната арт и модна фотография. Този човек се казва Емануел Радницки или като всички го познават – геният Ман Рей.

## **1.3. Ман Рей и сюрреализмът във фотографията**

Ман (Мен) Рей (1890-1976) е американски артист, роден във Филаделфия в еврейско семейство, което неотдавна е емигрирало в Америка от Руската империя. През 1897 г. семейството се премества в Ню Йорк и се заселва в Бруклин. Тогава бъдещият знаменит художник и фотограф се казва Емануел Радницки (Emmanuel Radnitzky). През 1912 г. родителите му, опасявайки се от антисемитски изстъпления, сменят фамилията си на Рей. Дванадесетгодишният Емануел, когото роднините наричали Мени (Manny), си харесал името Мен. Скоро започнали да го наричат Мен Рей.

Неговото артистично, но нестандартно възприемане на заобикалящата го действителност, силно развито въображение и непрестанни творчески експерименти поставят смело начало на поредица от нововъведения, които завинаги променят представите за фотографското изкуство.

Ман Рей отрано се увлякъл по живописиста и получавайки диплома за средно образование, решил да стане художник. В първите му работи се забелязва подражание на старите майстори, но скоро го завладели новите авангардни направления. Младешът посещавал галерията „291“ на Алфред Сиглиц – една от най-влиятелните за времето си фотографии и хора, представящи изкуство. Ман Рей експериментирал, като пробвал да работи с абстрактното, кубизма и футуризма. Той за пръв път използвал аерозолен спрей в живописиста под името аерограф. През 1915 г. се състояла неговата първа самостоятелна изложба, като през същата година станал участник в дадаисткото движение в Ню Йорк.

През 1920 г. Ман Рей заедно с Марсел Дюшан издава обзорника „New York Dada“ – по замисъла на авторите трябвало да е първият брой от периодично издание, но поради организационни и финансови трудности втори брой така и не излязъл. „Дада не може да живее в Ню Йорк“, отсякъл разочарованият художник и през 1921 г. заминал за Париж.

Ман Рей пристига в Париж, където придобива популярност като моден и портретен фотограф. Сред известните личности, които заснема, са художниците Франсис Пикабия, Пабло Пикасо, Анри Матис, писателите и поетите Андре Бретон, Джеймс Джойс, Ърнест Хемингуей, австрийският композитор Арнолд Шьонберг и още много други. Сред най-близките приятели на Ман Рей (освен Марсел Дюшан) са поетът Тристан Цара, художниците Салвадор Дали и Макс Ернст, на които също прави портрети.

Към професионални занимания с фотография го подтикнала нуждата. Въпреки успехите си и тълпите, посещаващи изложбите му, Ман Рей не можел да продаде нищо. Предложил услугите на фотограф на двама свои приятели художници – снимал картините им, любовниците и децата им, клиентите и т.н. Кръгът постоянно се разширявал, Ман Рей получавал все повече и по-изгодни поръчки. Скоро станал един от най-търсените и високоплатени парижки фотографи.

Ман Рей обича да експериментира, бяга от наложените методи в стандартната фотография и се движи основно в групата на сюрреалистите. Умело започва да използва като търсен ефект светлината в тъмното, играе си с най-различни светлинни източници, за да успее да постигне различна и многопластова визия върху самата фотография. Освен с авангардните си фотографии в различните стилове и направления, Ман Рей се прославя и като един от най-добрите фотографи за модни списания.

Ман Рей умира през 1976 г. в своето студио в Париж на 86 години. Епитафията на надгробната могила гласи: „Безпристрастен, но не равнодушен“. През 1999 г. списанието „ARTnews“ го включило в списъка на 25-те най-влиятелни художници на XX век.

Ман Рей оставя след себе си уникално творчество, неподражаем стил и най-вече нов начин на мислене и интерпретиране във фотографията. Няма данни да е оставил свои ученици, но има един творец, у който той оставя „езиков“ отпечатък - творец, който не следва сяпа започнатото от Рей, но го доразвива,

“изчиства”, първоначално имплантира, а впоследствие налага като еталон в стайлинга 50-те и 60-те години на 20-ти век. Този творец се казва Ървин Блуменфелд.

#### **1.4. Ървин Блуменфелд и началата на съвременната модна фотография**

Ъруин Блуменфелд е роден 26 януари 1897 г. в Берлин. Той е от еврейски произход, син на Алберт и Ема Кох-Блуменфелд. В училище той се сприятелява с Пол Ситроен, който през 1908 г. дава в ръцете му фотокамера. От този момент нататък Блуменфелд (според неговите твърдения) се смята за фотограф.

През 1913 г. Блуменфелд започва кариерата си като чирак в шивашкото ателие „Moses und Schlochauer”. След уволнението си от немската армия след Първата световна война през 1918г. той се премества в Амстердам, където работи в отделите за дамско бельо в няколко универсални магазина.

На 26 януари 1921 г. той се жени за Лена Ситроен, братовчедка на най-добрия му приятел Пол Ситроен. Малко след сватбата отваря магазин на “Fox Leather Company”, компания, специализирана в производство и продажба на дамски чанти. Магазинът е разположен в центъра на Амстердам, място с огромен поток, където успява да създаде добра клиентела. В този период той успява да убеди много от своите клиентки да ги снима чисто голи и поставя началото на една богата колекция от актова фотография.

След като се премества в нова сграда през 1932 г., Блуменфелд оборудва напълно тъмна стая и прави първите си изложби в близката галерия на Карл ван Лиер. Компанията фалира през 1935 г. и Блуменфелд скъсва завинаги с търговията, отдавайки се на фотографията. Неговата любима фотография е в черно и бяло, а комерсиалната в областта на модата, предимно за „Харпър’с базар” и „Вог”, е най-вече в цвят. Първата му публикация в американския „Вог” е фолио от снимка на Лизет, първоначално заснета през 1938 г., а впоследствие възпроизведена на 15 май 1944 г.

Макар и утвърден моден фотограф Блуменфелд не се интересува от модните продукти. За него те са част от сценографията на „театралните“ фотографски миниатюри, които той поставя по страниците на модните списания (най-вече във „Вог”). Шекспирово-чеховското излъчване на неговите героини изразява чувствеността, която той влага в сесии си, създавайки повече плакати, отколкото модни фотографии.

Не би било пресилено да кажем, че Блуменфелд прави за модната фотография това, което Чарли Чаплин прави за киното. Новаторството, което той влага в драматургията, е невиджано до този момент – от „каскадите“ на Айфеловата кула, през съвременната Шива, рекламираща бижута, до Наполеон/-а в женски образ.

Спокойно можем да кажем също, че неговите модели (героини) са сами по себе си безлични. Те обаче придобиват характер пред неговия обектив. Той е този, който определя модела като личност, бил той жена или само манекен. Прост в изказа и формата, той оставя в публиката множество въпроси, предполагащи множество правилни отговори.

Съвременната критика и фотоисториография остават длъжници на сюрреалиста и концептуалист Блуменфелд, без това ни най-малко да го измества от пиадестала на големите във фотографията.

В приблизително същия период на модната сцена набира скорост един „титан” на камерата, какъвто е Лилиан Басман.

### **1.5. Лилиан Басман и свършената естетика на модната фотография**

Лилиан Басман получава своето признание през 40-те и 50-те години на ХХ в. Безспорен талант, тя връхлита в света на фотографското изкуство с невидан до този момент стил и естетика. Малко известна сред широката публика, Лилиан Басман става крайъгълен камък на съвременната модна и лайфстайл фотография. Тя е родена на 15 юни 1917 г. в Бруклин и е израснала в Бронкс. Нейните родители са еврейски емигранти от Русия. Лилиан Басман учи дизайн в гимназията за текстил - професионално училище в Челси, Манхатън. След подбор за художници е наета от Works Progress Administration's Federal Art Project, където работи в администрацията и допълнително - като асистент на стенописец. Записва вечерен курс по модна илюстрация в института “Прат” в Бруклин. Тя веднага показва свои работи на Алексей Бродович, които ги определя като изключителни. Следва отказ от обучението в “Прат” и Бродович я приема в своята Design Laboratory на “Ново училище за социални изследвания”. Там Лилиан променя акцента на собствената си модна илюстрация чрез графичния дизайн. През 1941 г. Бродович я взема като неплатен сътрудник на Харпър’с Базар, но в отчаяното търсене на начин за печелене на пари тя се оставя да стане асистент на арт директорката на Елизабет Арден, след което Бродович я повишава в свой първи асистент.

Така Лилиан Басман влиза в света на модната фотография като протеже на Алексей Бродович - арт директор на „Харпър’с Базар”. В края на 1945 г., със създаването на списанието Junior Vazaar, насочено към тийнейджърките, тя е поканена за арт директор. Лилиан поема амбициозно новата си позиция и създава малко “царство” в империята “Базар”. Веднага променя графичния дизайн с нов, новаторски и проявява изключителен мениджърски усет с назначаването на бъдещите фотографски звезди като Ричард Ейвидън, Робърт Франк и Луи Форс и Арнолд Нюман, чиито работи изострят апетита ѝ да превърне самата себе си във фотограф.

Така Лилиан Басман влиза в света на модната фотография като протеже

на Алексей Бродович - арт директор на „Харпър’с Базар”. В края на 1945 г., със създаването на списанието Junior Bazaar, насочено към тийнейджърките, тя е поканена за арт директор. Лилиан поема амбициозно новата си позиция и създава малко “царство” в империята “Базар”. Веднага променя графичния дизайн с нов, новаторски и проявява изключителен мениджърски усет с назначаването на бъдещите фотографски звезди като Ричард Ейвидън, Робърт Франк и Луи Форе и Арнолд Нюман, чиито работи изострят апетита ѝ да превърне самата себе си във фотограф. Като професионален фотограф тя е артистично дързка - в Junior Bazaar Лилиан експериментира с творческа невъздържаност с модата, с удебелен шрифт, с нов и различен графичен стил и плаващи образи в пространството. “Една седмица решихме, че ще снимаме всички зелени зеленчуци, така че дизайнерите трябваше правят всички дрехи зелени, зелено червило, зелена коса - всичко в зелено”, каза тя в интервю за пресата през 2006 година. Революционно! Подход към концепта, който би стоял авангардно дори сега, седемдесет и пет години по-късно.

Този кратък цитат ни помага да осъзнаем монохроматичното ѝ мислене – нея не я интересува толкова цветът, а неговите стойности като полутон и плътност. Така, започвайки като фрилансър, тя се отдава на черно-бялата фотография. Явно цветът ѝ пречи да снима това, в което е най-силна – модната скица, а там важно е само едно – силуетът.

В процеса на своето развитие като артист Лилиан Басман постепенно се отказва и от полутона (който пренася във фона), а и от дрехата като такава. (Тук, във фона, се забелязва въздействието на Дали и неговия „Басейн на сълзите“ – произведение, към което Лилиан не крие своята пристрастност. Тя дефункционализира тоалета като сюжетно важен детайл и го рефункционализира като артистичен елемент. Така той става част от композицията и посланието се пренася посредством съдържанието и общото излъчване на фотографията.

Жените на Лилиан Басман почти никога не са ситуирани в конкретна среда – те са навсякъде, без конкретика, но с осезаемо усещане за среда, в която звучи пианото на Коул Портър или китарата на Джанго Райнхард. Чрез абстрактните фонове Басман се опитва да ни внуши, че красотата е там, където имаш очи да я видиш или където искаш да я видиш, т.е. навсякъде – в спалнята, в автобуса, в бистрото...

Странно и мистично е присъствието на мъжа в творчеството на Басман. Почти незабележим – в единия случай галантен, не по-малко елегантен от жените до него – класически холивудски тип; в друг - обслужващ както дамата пред себе си, така и сюжета; в трети - силен и властен, но скрит във фона. В сюжетите на Басман той винаги е представен в светлината на доказващ водещата женска роля – флиртуващо загърбен, очакван, обслужващ, незабелязан или подминаван.

Ако префразираме известната максима, спокойно можем да кажем, че Лилиан Басман не е пророк в собственото си време, но, погледнато от днешна гледна точка, можем да я определим като един от основните крайгълни камъ-

ни, върху които днес стъпва последващото я развитие на модната фотография. Тук, разбира се, не става въпрос за визията, а за съдържателно-естетическата част на фотографията и за отношението и третирането на модата като такава.

### **Заклучение**

Надар, Лартиг, Ман Рей, Блуменфелд, Басман - накратко – са “крайъгълните камъни”, артистите, поставили основата и естетическите принципи на съвременната и модната фотографии. Едно ново, техническо изкуство, променило гледната точка на съвременния човек, който започва да вижда действителността директно, а не през преразказите на писателите и художниците. Чрез него тогавашният зрител преоткрива недостъпната до това време реална, истинска, друга красота, представена посредством визуално-художествен продукт – фотографската снимка. Разбира се, не може да избегне авторската гледна точка и мнение, но ако разглеждаме Надар, Лартиг, Ман Рей като „директна” фотография, силата на реалния образ е толкова голяма, че авторският поглед дълго време се явява вторичен фактор за масовия зрител. Представяната действителност прави мечтите на зрителите по-реални - самият факт на реално съществуване на обекта го прави достижим и близък, а оттам, ако не се разглежда само като информационен продукт, то той би могъл да се превърне в търсен и откриван “фетиш”.

## **ГЛАВА 2 ЗОРАТА И РАЗВИТИЕТО НА СЪВРЕМЕННАТА ПРЕДСТАВА ЗА МОДА**

Нека се върнем отново там, в онзи период, в който Ниепс започва своите опити да запази образ с помощта на хелиографията.

Индустриалната революция чрез своите научни и технически търсения създава коренно различен начин на мислене и променя бита на обществото първоначално в Европа, а в последствие и в Америка. Именно тези търсения, явили се като естествено продължение на стремежа за социално равенство, заложен във Великата френска революция, подпомагат прехода от манифактурно към фабрично производство, а оттам и до възникване на индустриалното общество. Това довежда до неவிждано до този момент развитие на промишлеността, търговията, урбанизацията и ръста на населението. Както вече споменахме, създава се още една нова класа – тази на работниците. Кръгът е затворен, а капиталите сменят посоката си – от аристокрацията през едрите индустриалци към висшите класи на обществото. Като цяло обществото става по-богато, а оттам се създава предпоставка за повишаване на покупателната способност. Постепенно обществото се превръща в консуматорско. Настъпва моментът, в който икономическата власт на тази висша класа не ѝ стига и тя поглежда към политическата, за да може да утвърди или завземе нови пазарни територии.

Крайният резултат от тези стремления довежда до множеството социални и военни трусове. Въпреки тези трусове новата висша класа, вече натрупала състояние, започва да реализира голямата си мечта - да се прелее във, а след това и да доминира над аристокрацията. Първият и най-лесен начин е това стане чрез лустрото. Променя се обликът на буржоазния интериор и най-вече външният вид на новозабогателите – те все по-често поглеждат към луксозните стоки и най-вече към луксозното облекло, което до този момент е привилегия на аристокрацията. С две думи – засилва се необходимостта от предлагане, което е възможно, разбира се, ако има адекватно производство. Това производство е налице благодарение именно на индустриалната революция и най-вече на един неин уникален продукт – шевната машина.

## **2.1. Исаак Мерит Сингер и появата на шевната машина**

До средата на 19-ти век облеклата са били изработвани ръчно, според желанията и съответните мерки, съобразявайки се със социалното равнище и финансовите възможности на потребителя. Момичетата, бидейки подготвени за бъдещи домакини, задължително са били обучавани в шивашкия занаят. Тези си умения те прилагали по-късно, вече като съпруги и майки. Те са били нужни, да не кажем задължителни, защото, ако се върнем в историята на модата, ще видим, че първите готови дрехи са били само перелини и широки палта, неизискващи конкретни точни размери. Всички останали облекла са били шити от шивачи или от жените в дома. Като цяло мъжете се обличали в тъмни, строго-официални тонове, докато жените, в противовес, експериментирали и във формата, и в десена – и всичко това било реализирано ръчно. В един по-късен период започнало предлагането на полуфабрикати – скроени, но несъшити облекла, пригодени за доскропяване, в зависимост от мярката на ползвателя, като се избягва рискът от конструкторски или други грешки. Тук е моментът да направим уговорката, че това е било продукт, предназначен за клиенти от средната и нагоре класи.

Изобретяването на шевната машина, парния двигател, механичният стан, шамповата техника и новите форми на търговия обаче променят из основи сферата на модата. Тези изобретения правят производството на облеклото по-бързо, по-лесно, по-евтино и най-вече носещо голяма печалба. От друга страна, всичко това дава предпоставка за бързи и чести стилово-материйни промени – поставено е началото на модния бизнес, познат ни днес.

Така централното събитие в света на модата всъщност е изобретяването на шевната машина. Няма никакво съмнение, че това изобретение е английско и то още през 17-ти век, но усъвършенстването на конструкцията дължим на американеца Исаак Мерит Сингер, който е и притежател на патента.

По този начин през 1851 г. започва масовото производствопроизводство на облекла. Да се върнем обаче назад, за да проследим самия процес.

Още през 1790 г. английският изобретател Томас Сейнт прави проект на



шевна машина за улесняване на шиенето на кожа и платна, но до действаш модел така и не се стига. По-късно, през 1814 г. австриецът Йозеф Медерспергер представя свой вариант на машина за шиене, но и той не успява да го наложи. Едва през 1830 г. френският шивач Бартелеми Тимоние патентова машина за шиене в права линия с игла с ухо. Само за около 10-11 години Тимоние успява да създаде около сто такива машини и ги въвежда в своята фабрика за военни униформи, която просъществувала сравнително кратко поради факта, че конурентите му я унищожили.

През 1846 г. американецът Елиас Хол патентова първообраза на съвременната шевна машина, която Исаак Сингер и Алън Уилсън подобряват и налагат на пазара.

Именно с шевната машина се открива полето на модата в съвременната му форма. Възходът на индустрията в западния свят рязко увеличава производството, което дава да повишаване на благосъстоянието на значителна част от работещото население. Повишените доходи променят коренно начина на живот. Отварят се нови врати - свободното време се увеличава, а това дава възможност за пътуване, разходки, спорт и т.н. Тези промени поставят нови изисквания към начина на обличане. Носените до този момент облекла стават непрактични. Променияният се по-активен начин на живот налага търсене на по-удобни и съответно по-хигиенични дрехи, а и по-красиви.

Силен тласък на промяната на женското облекло дава и Френската революция от 1848 г. Политическите идеалисти на Революцията пледират за равенство между половете. Появяват се първите наченки на еманципацията. Жените започват да се борят за това равенство през зачитането на тяхното мнение и свобода на волеизявата. Много от тях подкрепят идеята на американката Амелия Блумър за замяната на тежките и обемни женски дрехи с по-леки и най-вече със скандалната ѝ идея за „вкарването” на панталона в женския гардероб. Успоредно се появяват течения за насърчаването на жените към по-здравословен и рационален начин на обличане. Мнозина (предимно медици) твърдят, че корсетите и тежките многопластови тоалети не само ограничават движенията, но и увреждат гръбнака и гръдния кош.

Един англичанин, Чарлс Фредерик Уърт, през 1845 г. се пренася в Париж, започва свой бизнес там и предопределя световния диктат и контрол върху модния свят.

## **2.2. Чарлс Фредерик Уърт и развитието на професията на моделиера**

Чарлс Фредерик Уърт е личността, успяла по уникален начин да съчетае естетиката, прагматичността и търговския нюх. Отчитайки, подобно на Надар, много точно и вярно парижките настроения, желания и потребности, той се превръща в първия законодател на висшата мода в света. Уърт не прави компромиси със своите разбирания, а успява, залагайки на социалните потребно-

сти и най-вече на парижката суета, да ги превърне в една от най-доходоносните професии – тази на моделиера. С един замах Уърт променя революционно курса на модата – персоналният клиент остава на заден план, приоритет се дава на готови, предложени от него колекции за по-широк кръг заможни потребители от висшето общество, като по този начин се дава по-голям избор от модели и материали. Отричайки естетиката на кринолина (макар дълго време да работи в този стил), той въвежда туниката като притурка на дългата рокля, вдига талията и изтегля полите нагоре и назад като шлейф. Всичко това той постига с един „малък“ търговски ход – заедно с шведския бизнесмен Ото Боберг създава модна къща, чрез която успява да убеди парижани, че външният им вид вече не тяхна грижа и че те трябва само да следват неговите предложения. Разбира се, всичко това би било много трудно без покровителството на императрица Южени, в чийто любимец той бързо се превръща. Достигането му до Двореца е следствие както на неговата артистичност и креативност, така и на предприемаческите му умения да превърне шивача в артист – човек на изкуството, който достига нивото да облича европейските кралици, принцеси, актриси и дами от висшето общество. Той успява да превърне собствения си авангарден вкус в обществен стандарт и да определя добрия тон на модата близо седемдесет години – чак до 20-те на XX век, работейки върху идеята за налагане на рационалното естетско облекло.

Тази “заигравка” с освобождаването на линията и плахите опити за коренна промяна на дамския тоалет довежда до всеобщо разкрепостяване на модата и респективно рефлектира и върху мъжката дреха. А разкрепостяването и тенденцията за налагане на рационалното облекло стават предпоставка за революционно мислене в модните тенденции и довежда до налагането на конкретен стил на обличане, който властва над модния свят от 1853 г. до днес. Баща на този стил е Леви Строс.

### **2.3. Леви Строс и налагането на всекидневния стил на обличане**

Леви Строс (Levi Strauss, роден като Льоб Щраус, 26 февруари 1829 – 26 септември 1902) е американски бизнесмен от немски еврейски произход, който основава първата компания за производство на дънки. Неговата фирма Levi Strauss & Co започва своята дейност през 1853 г. в Сан Франциско, Калифорния.

На 18-годишна възраст Строс, заедно с майка си и двете си сестри, отпътува за САЩ, за да се присъедини към братята си Джонас и Луи, които са започнали търговия на едро със стоки в Ню Йорк през фирмата J. Strauss Brother & Co.

През януари 1853г. Леви Строс става американски гражданин. Бизнесът се разраства и семейството решава да открие клон в West Coast в Сан Франциско за стокова търговия на едро, която е търговски център на Gold Rush California. Леви бива избран да представлява семейството и той взема парахода

за Сан Франциско.

Строс започва собствен бизнес като Levi Strauss & Co и препродава фина стока - дрехи, спално бельо, гребени, портмонета, носни кърпички, които взема от братята си от Ню Йорк. Той извършва амбулантна търговия с платно за палатки със златотърсачите. (виж фиг. 74, приложение 1)

Леви Строс умира в Сан Франциско на 73 г. възраст. Никога не е бил женен, така че бизнесът наследяват четиримата му племенника - Джейкъб, Зигмунд, Луис и Авраам Стърн, синове на сестра му Фани и нейния съпруг Дейвид Стърн. В завещанието си той оставя доста средства на редица благотворителни организации като Pacific Orphan Hebrew и Римокатолическата общност. Състоянието на Леви Строс се оценява на около 6 милиона долара (около \$ 159,207,692 долара през 2013 г.).

**Налагането на всекидневното облекло обаче би следвало да се разглежда неразделно от социалните промени на времето.**

Периодът до и по време на Първата световна война е наситен с политически, социални и икономически промени в западния свят. Масовият просперитет, характерен за този период, се дължи до голяма степен на индустриализацията. Фабричното производство навлиза в много отрасли, това число и в производството на облекло. Индустриализацията стимулира икономиката, което във време на относително обществено благоденствие довежда до нейната реорганизация (със създаването на корпорациите) и логично довежда до натрупване на огромен финансов ресурс, а оттам и до засилващо се политическо влияние на индустриалците. От друга страна, работническата класа, макар и с повишена покупателна способност, успява да налага нарастващото си влияние и да предизвиква сериозни социални промени. Профсъюзните и женските движения стават мощни и успяват да извоюват социални придобивки, с които повишават грамотността и образованието. Електричеството, радиото, киното и автомобилът променят бита на западното общество. Всичко това дава тласък на масовата култура, което рефлектира върху развитието на информацията. Облагодетелствано от политическия мир и придобитото свободно време, висшето общество се отдава на показен разкош и активен социален живот в златното време, познато ни днес като Belle Époque.

Париж се превръща в културна и развлекателна световна столица - място за изява и показ, моден център и диктатор на обществения вкус. Модните къщи много бързо се ориентират и адаптират към предложенията на промишлеността, и започват да трупат капитал през салоните за prêt-à-porter и еталонни дрехи. В Париж се ражда нов елит - кутюрерите. Модата и развлеченията се превръщат в индустрия. Тази индустрия обаче има нужда от витрина и печатните издания откликват с готовност и се присъединяват към нея. Първите медийни модни империи правят американците чрез „Харпър’с базар” и „Вог”, където властват илюстрациите на Пол Ириб и Жорж Люпап. Францу-

зите приемат предизвикателството и през 1912 г. отговарят с най-влиятелното по онова време модно списание La Gazett de Bon Ton (Вестник за добрия тон), издавано от Люсиен Вогел. Модните списания и вестници се надпреварват в публикуването на статии и илюстрации и бързо започват да определят обществения вкус чрез модните тенденции. Bon Ton-ът се налага не само чрез модата, но и с популяризирането на науката, културата и спорта, които намират място в тези издания - Фройд, Пикасо и Брак, Стравински и Равел стават „суперзвезди“. Париж налага на цивилизования свят нов „lifestyle“, който, в една или друга степен остава определящ до наши дни.

Този нов начин на живот налага своите изисквания към модната линия. И понеже налагането винаги е свързано с диктатура, нека споменем „великият диктатор“, човекът, променил революционно модата и наложил съвременното разбиране за ролята на модния дизайнер Пол Поаре.

## **2.4. Пол Поаре – дизайнерът на цяла епоха**

„Облякох моята епоха“ – тази крилата фраза от автобиографията на Поаре, казва всичко, което може да се каже за него.

Роден в семейство на галантеристи през 1879 г., Поаре не се задоволява да продава модни аксесоари, а мечтае да създава мода. Малкият Пол започва с чадъри и хиляди скици, една от които (тази на „Червено кепе“) го отвежда през 1899 г. до ателието на Жан Дусе. Препоръката, която Дюсе дава, впечатлен от таланта на младежа, към Чарлз Фредерик Уърт, става първата крачка по звездния път на Поаре.

Революцията на Поаре е в освобождаването на жените от корсета, въвеждането на сутиена като неизменна част от женския гардероб, реформата по отношение на цветовете - заменя тонове с активни и отчетливи цветове, плавните форми се изострят, налага се панталонът и е преоткрито кимоното.

Париж стова тесен за амбициите на Поаре и през 1912 г. той поема на “поход” в Европа и Америка, където затвърждава позициите си на водещ в бранша. Машината, създадена от него, работи безупречно, което му дава време и енергия да се земе с социална дейност - през 1913 г. открива училище за стилисти, а през 1914 г. оглавява синдиката на френските дизайнери.

Пол Поаре става най-яркият представител на Арт деко – нека не пропускаме факта, че в основата и на Арт нуво, и Арт деко стои изкуството на Египет и Далечния Изток. И двете изкуства грабват с чистотата и финеса на де-тайла. Това неизменно се отразява на линията, налагана от Поаре – изчистени силуети, прецизирана и оправдано осмислена кройка и етажност и най-вече залагане на неутралните цветове – лилаво и златно (жълто), на фона на които се окрояват розовото, синьото и зеленото, а декорациите са смели и акцентиращи.

След Първата световна война, в която Поаре участва като доброволец, блясъкът му е леко приглушен от новите парижки идоли (Пату, Шанел, Вионе,

Лелонг и др.), но до смъртта си през 1944 г. той остава “папата” на съвременната мода.

След тази война настъпва период, белязан от оптимизма, но и поставил началото на характера на съвременното общество – консуматорския. Функциалността на предметите и облеклото вече се афишира демонстративно – изчистен дизайн, без ненужни орнаменти, абстрактни форми и свежи цветове. Модерното вече се казва Баухауз. Жените скъсяват полите си, а носенето на панталон и слагането на лак е вече нещо съвсем в реда на нещата. Козметичните фирми набират скорост и успоредно с модните започват да налагат стил – черният молив за очи, цветните опушени сенки и ружът стават неделима част от вида на модерната жена. Мъжете запазват фрака за тържествените случаи и обличат по-спортни дрехи и пъстри плетени пуловери. Ежедневният костюм добива вида, познат ни днес. Лустрото на Холивуд става тенденция, която бързо се възприема от младите европейци и в търсенето на нови усещания те отхвърлят скромността, почтенността и табутата на предходното поколение. Автомобилът и джазът стават символи на десетилетието, вариетето и киното – мания. Животът на младите е коренно променен. Тробадур на този начин на живот става Коко Шанел.

## **2.5. Коко Шанел – грандамата на съвременната мода**

Нейната философия, стремежът ѝ към изчистени линии и елементите, заимствани от мъжката мода, ѝ отреждат важно място в развитието на модата през XX век. Благодарение на въздействието, което Коко Шанел оказва върху модата като цяло, списание Таймс я включва в класацията за 100-те най-влиятелни личности на XX век - единственият представител от света на модата в класацията.

Когато е на 12 години, Коко изживява първия си сблъсък с реалния живот – майка ѝ умира от туберкулоза, а баща ѝ скоро след това напуска дома им под предлог че трябва да си намери по-добра работа, за да може да ги изхранва. Останали без родители, децата попадат в приют за сираци в католически манастир. Именно в манастирския пансион Коко се научава да шие. Тънкости на шиенето Коко научава от свои роднини, при които прекарва ваканциите. Осемнайсетгодишна Коко напуска манастира и започва работа в местна шивашка работилница. Там тя се запознава с милионера Етиен Балсан и скоро след това му става любовница; той я глези с всички блага на живот, изпълнен с лукс – диамантени бижута, дизайнерски дрехи, както и приеми, на които Коко среща елита на тогавашното френско общество. По това време тя започва да изработва и декорира шапки, което от хоби скоро се превръща в професия и смисъл на живота ѝ. Както по-късно разказва на приятелите си, Коко „проглежда” благодарение на новото си хоби, напуска Балсан и се нанася в апартамента му в Париж. През 1913 г. година отваря първия си магазин, който продава богат асортимент от палта и модерни шлифери, но бизнесът ѝ там не просъществува

дълго, тъй като магазинът се намира в сърцето на Париж и наемът за него е огромен. Типично за Шанел провалът я амбицира още повече и тя е убедена повече от всякога, че ще успее.

В периода преди Първата световна война Шанел се среща с Артър „Бой“ Капел, който доскоро е бил най-добрият приятел на Етиен Балсан. С подкрепата на Артър Коко се сдобива със сграда и финансови средства за откриването на втория си магазин в област Бретан. Нейните шапки биват носени от известни френски актриси по това време, което ѝ помага да си извоюва име в света на модата. През 1913 Коко представя първата си дамска спортна колекция в бутика си в Дювил, район, който е убежище на голям брой жени по време на започналата вече Първа световна война.

През 1923 Коко споделя пред списанието „Харпър’с Базар“ (Harper’s Bazaar), че “изчистеният и семпъл дизайн е ключът към истинската елегантност”. Това тя се стреми да покаже в колекциите си, които са изчистени, а дрехите са удобни. За разлика от повечето европейски дизайнери, творящи по това време, Шанел определя жената като истинското същество на дрехите.

Шанел дава нов живот на материи като жарсе, които преди това са били смятани за дрехи за бедни хора. Стилът ѝ често буди асоциация с образа на младите момичета от 20-те години на XX век, които са били самоуверени и често се държали предизвикателно към установените обществени норми. Нейните клиентки били момичета, демонстриращи своята независимост с нов външен вид и държание – къси поли и прически, използване на грим и козметика в големи количества, пиене на коктейли и пушене на цигари на обществено място. Но „бунтарщината” на тези момичета не се изчерпвала само с външния им вид. Те смело участвали в различни спортове, карали собствени автомобили и излизали по нощни клубове, където слушали джаз и танцували чарлстон.

Прочутото, едва ли не икона, сако на Шанел само по себе си е един малък свят в света на модната философия на дизайнерката. Кройката на самото го различава от традиционното сако, тъй като конструкцията на ръкавите е от три части. Това си остава най-отличителният белег и запазената марка на дизайнерката, заедно с ръчно направените шевове, тежките метални копчета и металната верига в основата на самото. Всички тези елементи са не само част от декорацията, но и служат като тежести, които придават и запазват нужната форма на самото.

Шанел е дизайнерката, която първа излиза с парфюм, който носи името на дизайнера, а именно Шанел №5 (Chanel №5) и която за първи път смесва няколко аромата (преди Шанел всички парфюми имат само един (моно) аромат). Шанел №5 остава класика в жанра, използват го и до днес.

## Заклучение

От споменатото до тук можем да изведем заключението, че под термина „мода“ би следвало да приемем разбирането за „доминиращ стил“ както в облеклото и предметната употреба за определен период от време, така и в историческите и културно-социалните процеси, които провокират и поддържат този стил.

От психологическа гледна точка, модата е израз на човешката индивидуалност, от социологическа - тя се явява реципиент на обществените отношения или с други думи, форма на социално-политическо разграничение, даваща видим израз на различни нрави, позиции и разграничения в обществото. От комерсиална гледна точка, модата е почти несекончаем източник на капиталово натрупване. Тя е поддържана, управлявана и контролирана чрез стратегиите на армия от PR и маркетинг специалисти.

Ако потърсим отговор на въпроса „Какво е мода?“ в най-авторитетните източници, ще срещнем следното: „Ларус“ обяснява „мода“ като социално-психологическо явление, което помага на хората да изразят себе си, приобщавайки или разграничавайки се от останалите. Според изданието тя дава възможност за определена групова, културна, етническа или полова принадлежност и засвидетелства определен начин на общуване. „Ларус“ поставя акцент върху способността на модата да създава траен образ в масовото съзнание, като по този начин налага определени стереотипи на вкуса и поведението. В „Енциклопедия Британика“ срещу fashion (определена като вид мания) четем – начин, маниер, мода стил, фасон, кройка, оформям, придавам вид и фасон, приспособявам, нагаждам. Ето - две определения с едно и също значение, но и двете залагати на факта, че модата е „промяна“. Сякаш отговорът на въпроса „какво е мода?“ касае преди всичко ценността и символно-знакова роля на процесите на промяна, иновации, интегриране и дефиниране в живота на човека като социално същество.

Представените в тази глава дизайнери далеч не са единствените, променили дрехата. Във времената, в които те творят, а и между тях, има много други, не по-малко знакови творци, но Уърт, Строс, Поаре и Шанел могат спокойно да бъдат определени като папите на изкуството мода. В един сравнително кратък от историческа гледна точка период, в който творят четиримата, се наблюдава огромен скок в развитието на модата, което я превръща в едно от най-значимите и мащабни социални и културни явления. Докато до средата на XIX век в дрехата е заложена естетиката за сметка на удобството, ограничено-то движението при дамските тоалети, съчетано с преобладаващите спокойни и убити цветове и, не на последно място, сложни конструкции с излишък на материал, то в края XIX на и началото на XX век модата променя всичко това и дори успява да се наложи като социален регулатор на мнозинството от хората в индустриално развитите държави.

Какво, обаче, се променя в края на Първата световна война? Променя

се технологичното развитие (транспорт, шевна и битова промишленост и пр.), общественото положение на жените (които осезаемо навлизат в “мъжките професии” и в спорта), културният живот и най-вече динамиката на живота, което довежда до една особена хармония между функционалност и естетика в облеклото (целесъобразността на формата, обемът и пропорцията, лаконичността, яснотата на формата на линиите и конструктивните деления) и масовото навлизане на спортния стил в облеклото.

Съществената промяна по отношение на модата настъпва и в нейната презентация, като резултат от задълбочаващата се връзка мода – изкуство. Тя става една от любимите теми за занимание на авангардните групи – концептуалисти, сюрреалисти и футуристи. Експериментирайки и прилагайки своите идеи и схващания, те създават структурно и цветово различни дрехи и залагайки на скандала и шока, създават едни от основните и най-сигурни инструменти на модата – острия контраст и противоречие с приетото, което се възприема за „новото” (модното). Развивайки идеята на Уърт, сюрреалистите откриват „силата” на въздействието на представянето на дрехите и развивайки го в своите артистични експерименти, поставят началото на онази модна презентация, която след модното шоу на Етиен Колман в Париж (1937г.) ние наричаме „моден перформанс” или (може би по-точно) „моден акт”.

### **ГЛАВА ТРЕТА**

#### **ФИГУРАТА НА МОДЕЛА: РАЗВИТИЕТО НА ИДЕАЛИТЕ ЗА КРАСОТА ВЪВ ВРЪЗКА С МОДАТА**

В качеството си на естетическа категория вкусът е предмет на изучаване от естетиката и социологията; най-общо той представлява способността за възприемане на красивото.

За първи път в съвременната история се говори за вкус през XVI век във връзка с италианското течение маниеризъм (с произход от думата маниер - maniera). Балтасар Грасиан и Моралес (Baltasar Gracián y Morales) е испански философ, който за първи път използва думата «вкус» като естетическа категория. По време на Просвещението тя все още има общ характер и изразява предпочитанията и чувствителността към културата. По време на Романтизма мнението е, че красотата е нещо субективно и съществува само в очите на този, който я възприема.

В по-късните столетия постепенно вкусът се изгражда като интелектуално качество. Счита се, че човек трябва да има определено ниво на знания, компетентност и образование, за да може да разбере и оцени културното наследство и изкуство. През XVIII век вкусът се превръща в основен критерий за аристократизъм.

Идеалът за красота се е променял през вековете, но дори и в един и същ исторически период възприемането на красотата остава твърде субективно и се различава при различните народи. Симетрията винаги е част от критериите



за красота, защото предполага липса на дефекти.

В Древен Египет например идеалът за красота на жена е красиво лице и стройна фигура. До наши дни се е запазил бюстът на Нефертити, който дава представа за понятието за красота на древните египтяни. Самото име на царицата означава „пристигаща красота“. Дори днес издължената лебедова шия, изящно изваяните устни и идеалните пропорции на лицето предизвикват възхищение. Друг идеал за красота от този период е Клеопатра.

В Древна Гърция идеалът за красота е обожествен. Древните гърци се прекланят пред съвършенството, те изчисляват пропорциите на отделни части от тялото математически и издигат в култ красотата и идеалните съответствия. Според тези изчисления, пропорциите са идеални, ако главата е  $1/7$  от общия ръст, дланта -  $1/10$ , а стъпалото -  $1/6$ . Центърът на тялото трябва да е на нивото на пъпа. Самото тяло трябва да е меко и закръглено. Еталонът за красота е: ръст 164 см, обиколка на гърдите 69 см и обиколка на бедрата 93 см. Статуите на богинята на красотата и любовта Афродита се подчиняват на тези пропорции. Според Умберто Еко красотата в древна Елада винаги се е свързвала с други качества, т.е. тя не е имала автономен статут. Например на въпроса за оценка на красотата Делфийският оракул отговорил: „Най правилното е най-красиво“. Много добра илюстрация е думата *Kalon*, грешно (според Умберто Еко) превеждана като „красиво“. Според него, точния превод е „*Kalon* е това, което се харесва“, „което предизвиква възхищение“, „което привлича погледа“. По-късно в Древен Рим символ на красотата е Венера - богинята на любовта. Римлянките също отдават голямо значение на хигиената и взимат бани във вода, ароматизирана обикновено с лавандула или вана с червено вино. Те също използват козметика. За потъмняване на миглите и клепачите се използва така нареченият кол - смесица от антимон и сажди. За избелване на лицето те използват креда. В гръко-римското общество жените носели бяло олово и тебешир върху лицата си.

В епохата на Възраждането каноните за красота стават бледото лице, красивата уста с червени устни, белите зъби и дългите копринени коси на вълни. Към тях трябва да се прибавят дългата изваяна шия и високото чело. По това време жените започват да скубят веждите си и да ги оформят така, че лицето да изглежда продълговато и използват яйчен белтък, за да избелят и придадат блясък на кожата си. Тази красота може да се види в картините на Тициан и Рембранд, където са изобразени млади закръглени красавици с румени лица. Леонардо да Винчи съхранява идеала за красота на Средновековието и формулира системата на „златната пропорция“, която се е запазила и до днес.

Днешните критерии за женска красота са дефинирани като 90-60-90, ръст 170 сантиметра и тегло 55 килограма. Здравето и закаляването на тялото са издигнати до култ. Фитнесът навлиза във всеки дом. Гримирането се превръща в част от всекидневните задължения на жената, но е лек и едва забележим, давайки предимство на естествеността. Дрехите са по-свободни, непретенциозни и в по-спортен стил. За символ на женската красота през този период

могат да се посочат Катрин Зита-Джоунс, Анжелина Джоли, Моника Белучи, Синди Крофорд и други. В наши дни красотата е пряко свързана с натуралност и индивидуализъм. Жената на XXI век е красива, ако излъчва здраве, сила, женственост и ум едновременно, като запазва своята индивидуалност. Неизменни атрибути на красивия мъж са спортната фигура и делова външност, но често към тях се прибавят и леко необръснато лице.

Нека се върнем в периода преди Първата световна война - за “хай лайф” обществото настъпва време за забавление и сладък живот, показан разкош, разточителни балове и приеми, спорт и хазарт - време сполучливо наречено “Бел епок”.

В очите на европейците по онова време Париж е олицетворение на модата: там те купуват своите дрехи, ако могат да си го позволят; там могат да прочетат за последните модни тенденции в “Харпър’с базар”, “Вог” и пр. Модните къщи на Уърт, сестрите Калло, Редфърн, Пакен и Дюсе процъфтяват. Моделиерите започват да демонстрират своите облекла върху живи манекени в специални салони или изпращат тези момичета (с чисто рекламна цел) на баловете и приеми. Осъзнавайки силата на рекламата, модните къщи започват да обличат филмовите звезди, използвайки ги като “жив” рекламен продукт и превърщайки ги в свои любимки. Дизайнерите успяват да наложат тези филмови звезди, чрез фотографията, на страниците на специализираната преса и дават “тон” за женска красота - жената на “Бел епок” е зряла матрона, с присегнатата в корсет тънка талия, преливащ бюст и мощни бедра.

Като говорим за артистите от онова време, бил той Пикасо, Модилиани, Ман Рей, Лартиг или Дали, трябва да отдадем нужната почит и на онези, които са ги вдъхновявали за творчество и експерименти.

### **3.1. Първите професионални модели**

Считана за първи професионален модел францужойката Мари Верне първоначално работи в известен за времето си (40-те години на XIX век) магазин за аксесоари в Париж, където заедно с други момичета показва как стоят предлаганите шалове и наметала. Там Мари се запознава с Чарлз Фредерик Уърт - колега, който впоследствие става неин съпруг и отваря собствена модна къща.

Мари определено има принос за неговия успех. Докато все още са на служба в магазина, Чарлз шие за нея семпли и елегантни рокли, които съпругата му носи, докато представя аксесоарите на работодателите си.

Клиентите започват да проявяват интерес към цялостните тоалети върху тялото на модела, питат чие дело са и пожелават Чарлз да им изработи подобни. Така той получава необходимия начален тласък, за да поеме по самостоятелния си път на дизайнер.

Жан Ебютерн. Това момиче с гъсти кестеняви коси и пронизващ поглед

на сините си очи може да се види на много картини на Амедео Модилиани и това е история на една велика страст, но нещастна любов.

Кики, Алис Ернестина Прен, става възплъщение на свободния дух, който царува във френската столица в началото на 20-те години на XX век. Кики от Монпарнас е живо възплъщение на бохемския Париж, с всичките негови радости, шедьоври и пороци. Истинската слава и популярност идват при нея през 1920 година след запознанството и с фотографа Ман Рей (. Композицията “Цигулката на Енгр”, създадена от Рей, става класика във фотографията в жанра “ню” и едно от най-тиражираните естетически клишета.

В края на двадесетте, началото на тридесетте години Мария (Нуш) Бенц (известна като Нуш Елюар) се слави като една от най-красивите жени на бохемския Париж. Във външността ѝ се съчетават изтънчена грация и неуловимо, мистично привличане. Тя играе епизодични роли в театъра, асистира на известен хипнотизатор, увлича се от фотоколажи, позира гола на Ман Рей и Пабло Пикасо.

Румънка по произход, Рене Перл работи в Париж като манекенка. Тя е фантастично красива даже по съвременните безпощадни мерки на световната мода – висока, слаба, с грациозна дълга шия и сияещи къдри на тъмните коси. През двадесетте години тя се запознава с преуспяващия и възискателен фотограф Жак-Анри Лартиг и става негова любовница и муза.

Руската емигрантка Елена Дяконова, Гала, е най-известната сред пантеона на парижките музи. Гала става централен персонаж на цялото творчество на Дали, нейният образ може да се види на десетки картини и скулптури; тя е негов наставник и мениджър и може без преувеличение да се каже, че световната слава на художника в значителна степен е заслуга на неговата жена.

“Последната щастлива любовна история” – това е романът между американския художник и фотограф Ман Рей и танцьорката и модел Жулиет Браунер. . Сватбата на Браунер и Рей е в Бевърли Хилс през 1946 година и това е двойна сватба – заедно с двойката се венчават и художникът Макс Ернст и приятелката му Доротей Танинг. След смъртта на фотографа е издаден албум с неговите работи под заглавието “Петдесетте лица на Жулиет”, изцяло посветен на Браунер и разкриващ различни страни на нейния талант и душа и истинската дълбока любов на майстора.

Анита Колби е най-скъпоплатеният модел на 40-те, което означава, че в добрите си години е взимала по 50 долара на час. Анита е била популярна с прякора си “Лицето”, а “краката за милион долара” от същата ера принадлежат на пин-ъп момичето Бети Грейбъл.

Присъствието на тези жени в обществения и артистичен свят създава легенди, впоследствие търсени и пресъздавани от дизайнери, фотографи и импресария от света на модата.

### 3.2. Появата на супермоделите

Има нещо удивително в Джия Каранджи – първият световен супермодел, чиято шеметна кариера, ужасяваща съдба и трагична смърт са послужили за вдъхновение на не един холивудски сюжет (спомнете си филма „Джия“ от 1996 година, главната роля в който бе поверена на Анджелина Джоли).

Джия, чието първо име е достатъчно като асоциация за една от най-сексапилните манекенки изобщо, остава доста двойствено завещание: ангелът, чиито живот е приказка и светът обожаваша и грешницата, отвергната от всички, която плаща най-високата цена за пороците си – не само живота си, а и своята душа.

Бляскавите мадами от черно-белите ленти постилат истински червен килим за идните поколения. През 1968 година етикетът “супермодел” е официално признат чрез страниците на списание Glamour. Там излиза списък с цели 19 красавици, които попадат под знаменателя на новия термин в модата.

Тук специално внимание заслужава Туиги (twig - клонка, вейка), тъй като сред избраничките на Glamour тя е най-голямата модната икона на 60-те.

Мнозина смятат, че именно Туиги, много преди Кейт Мос, е причина за въвеждане на поднорменото тегло като желан стандарт в модата. Факт е, че в продължение на дълги години изискванията за модели са съвпадали с предпологаемите мерки на Мерилин Монро. След намесата на модели като Туиги обаче сантиметрите на “перфектната” женска фигура постепенно се намаляват.

Едновременно с това разцъфва и по-оформената фигура на загорелите атлетични момичета от “калифорнийски тип”.

### 3.3. Златната ера на супермоделите от началото на 90-те

Всички знаем имената на “светата троица” в модата: Линда Еванджелиста, Кристи Търлингтън и Наоми Кембъл. Първите чернокожи модели вече са прокарали път, така че за великолепната “черна перла” няма пречки към върха. Тя и колежките ѝ изживяват най-успешните си години. Окончателно се превръщат не само в тела и лица, които показват модата, но и в личности, които разказват за себе си и масовата публика се интересува от думите им.

Окончателно се налага разликата между модел, топмодел и супермодел. А ако се чудите каква точно е тя, може би прословутата фраза на Еванджелиста е достатъчно описателна - „Не ставам от леглото за по-малко от 10 000 долара на ден!”. Това е едно от изказванията с най-лоша слава в историята на модата, но всъщност е истина. По лъскавите корици има достатъчно място за скъпоплатените супермодели, така че към троицата се приєдиняват още три дами, за да оформят “великолепната шесторка”: Клаудия Шифър, Синди Крауфорд и Кейт Мос. След това обаче залязват. Говори се, че светът на модата се уморява от това “събуждане за 10 000 долара” и оттогава насам преднамерено не позво-

лява на малка група от супермодели да се изкачи до същите висоти. Актрисите, певиците и други красавици в шоубизнеса отново се оказват предпочитани за кориците на списания.

Синди Крофорд е обявена за № 3 на 40 най-горещите знаменитости на VH1 за 90-те години. Нейният успех като модел я прави знаменитост, което от своя страна ѝ осигурява роли в телевизията и киното. През 80-те и 90-те години Синди е сред най-известните супермодели и е на кориците на много модни списания, сред които са Vogue, People, Elle, Cosmopolitan и Allure. Също така участва в много модни кампании, сред които са Versace, Escada, Revlon, Maybelline и Clairol. През 1990 г. участва във видеоклипа на Джордж Майкъл "Freedom" заедно с други супермодели - Кристи Търлингтън, Наоми Кембъл и Линда Еванджелиста.

„Да бъдеш муза на един фотограф е магията, заради която обичам тази професия”, споделя една от най-елитните манекенки на 90-те години на миналия век Надя Ауерман. Стройното момиче със загадъчни андрогенни черти трябва да чака почти година, за да получи първата си покана за договор от парижката агенция "Карин" (от същата агенция стартира и българският топмодел Гертана Полежанова). От този момент нататък нещата се развиват главоломно. Пътят към славата на Надя Ауерман се открива през 1991, когато британското издание на "Вог" поставя нейна снимка на корицата си. В началото на 90-те Ауерман е и сред най-търсените фотомодели. Работи с Хелмут Нютон и Ниймън Маркус, снима се за рекламните кампании на Ив Сен Лоран и Кристиан Диор. В бука си има над 10 000 снимки, всяка от които според специалистите е достойна за награда.

Клаудия Шифър е един от най-успешните супермодели на всички времена. Появявала се е на над 700 корици и ревюта, като според списание Форбс богатството ѝ възлиза на 55 милиона долара. На 17 години моден агент я заговаря в дискотека в Дюселдорф и убеждава нея и семейството ѝ да замине за Париж, за да се пробва като модел. Малко след първото ѝ ревю дизайнерът Карл Лагерфелд я кани да стане лице на "Шанел". След това участва в рекламна кампания на "Guess jeans", което се оказва катапулта ѝ към славата. Клаудия Шифър се е появявала на стотици корици, включително Vogue и Rolling Stone. Дефилирала е по подиума за всички важни дизайнери и присъствието ѝ е станало постоянно в рекламните кампании на десетки марки.

Наоми Кембъл е един от най-големите супермодели на всички времена. Като такъв, тя и невероятното ѝ екзотично излъчване са лицето на модата за цяло едно поколение. Нейната страст и сексапил, комбинирани с красота и изшестество, я изпращат на върха, където тя стоя повече от 24 години.

Родената в Стрейтъм, Англия, Наоми Кембъл е от карибско и китайско потекло. Тя е открита на 15-годишна възраст, когато е била ученичка в академията "Italia Conti", докато разглежда магазините с приятели в Ковънт Гардън. По-късно тя избира да бъде модел за постоянно. Скоро цялата модна индустрия ще иска да се докосне до невероятния ѝ образ. Изживяваща мечтата на много

други, Наоми се е превърнала в мярката за успешен модел на световно ниво. Пикът на кариерата на Наоми е през 90-те години на миналия век, когато тя става част от двете най-влиятелни групи от супермодели на онова време: голямата Шестица, заедно със Синди Крауфорд, Клаудия Шифър, Кристи Търлингтън, Линда Еванжелиста и Кейт Мос, както и троицата, заедно с Търлингтън и Еванжелиста. Като една от най-значимите фигури в модния бизнес, Наоми Кембъл е работила с някои от най-големите модни фотографи като Патрик Демаршелие, Стивън Мейзъл, Марио Тестино, Стивън Клайн и др. Била е главно действащо лице в много наградени реклами на Версаче, Ралф Лорън, Долче и Габана, Ив Сен Лоран, Луи Вутон.

Топманекенката, която не става от леглото за по-малко от 10 000 долара на ден. И има защо. Самият Карл Лагерфелд признава, че за него няма по-голям професионалист в моделството от Линда Еванжелиста. В Ню Йорк Линда Еванжелиста подписва първия си договор с модна къща Elite. Следващата ѝ стъпка е покоряването на Париж, където обаче ѝ се налага да приема всяко предложение за снимки в списания и рекламни каталози, за да се издържа. Три години са нужни, за да стигне името на красавицата до вратите на модния еталон – Vogue. Чакането си струва и канадският топмодел с италиански произход се радва на разкошна работа плюс задоволителни хонорари. Предложения за работа се появяват отвсякъде. Необичайно красивото ѝ лице с изрязани скули и синьо-зелени котешки очи се проявява на корицата на всички престижни списания по света: Vogue, Marie Claire, Harper's Bazaar и Elle.

Линда е наета и за рекламно лице в кампании на гиганти като Alberta Ferretti, American Express, Anne Klein, Barney's, Bloomingdale's, Calvin Klein, Chanel, Chloé, Dolce & Gabbana, Donna Karan, Gianni Versace, Hermès, Perry Ellis, Ralph Lauren, Jill Sander, Valentino, Yves Saint Laurent, Christian Dior makeup и Jones New York.

## **Заклучение**

Неслучайно се спираме толкова обстойно на тях и на тяхната артистична кариера и живот. Моделите са, от една страна, много силно изразно средство, а от друга, модната индустрия ги превръща в икони, чрез които манипулира и предизвиква обществото. Икони, логично продължение на довоенните холивудски такива и жените икони – герои, произвеждащи боеприпаси по време на Втората световна война - обществото винаги е имало нужда икони, които да почита или да следва. Третата страна (доказана истина), че моделите се третират не като лица, а като „вещи“, като инструменти за увеличаване на печалбата или по-точно (както отбелязва Данел Бел) „... индивидите биват разтворени в своите функции“. Модната индустрия прави именно това, което остава скрито зад проповядваното лустро.

Апогеят на моделите икони достига и почти веднага залязва през епохата Ейвидън. Той създаваше и поддържаше еталоните за красота, диктували

външност, начин на живот и най-важното - мечтата на милиони момичета да бъдат като тях – красиви, богати, здрави. Именно чрез тези мечтаещи момичета се роди и се поддържа новата индустрия в модния бизнес, а именно моделските агенции.

След неговия период системата прецени, че това трябва да бъде променено – то излиза прекалено скъпо, а и не носи добър имидж (вж. Джия, Наоми и много др.). Запази се обаче еталонът. Лицата на големите модели на 80-те 90-те години (по-точно техните абсолютни копия) днес могат да се видят във всички реклами и модни списания, но вече без да имат финансовите претенции и без да си позволяват своеволията на разглезените оригинали. Формата е запазена, системата променена, а индустрията ликува.

Историята завършва своя кръговрат: одухотворените модели на 80-те, постепенно стигат обратно там, откъдето са тръгнали, а именно – връщат се към манекенството. Част от вината за това „тежи” и на все по-налагащите се концептуални подходи в модната фотография.

## II МОДНАТА ФОТОГРАФИЯ

В настоящата работа модната фотография се разглежда като фотографски жанр, който е свързан със заснемането и представянето на авторски облекла. Въпреки това модната фотография (fashion photography) не бива да се бърка с комерсиалната фотография (commercial photography) или с редакционната фотография (editorial photography), доколкото при комерсиалната фотография акцентът попада върху дрехата като продукт, а при редакционната – върху историята / текстът, които стоят зад образа. За разлика от това модната фотография се концентрира върху създаването на внушение и усещане за дрехата, като така изгражда много по-комплексен образ.

## ГЛАВА 1

### ДОПИРНИ ТОЧКИ МЕЖДУ ФОТОГРАФИЯ И ИЗКУСТВО

„Фотографията не истината – тя е мнение...”  
проф. д-р Румен Георгиев

#### 1.1. Естетика на фотографията. От Валтер Бенямин към Франсоа Сулаж

Появата на фотографията е свързана не само с откриването на ново поле на/за работа и за художествена изява, но много повече от това – **фотографията е феномен, който променя цялостно представата за изкуство, практиките на правене и показване на изкуство и неговото място в обществото.** Именно такъв възглед отстоява Валтер Бенямин<sup>1</sup> в известното си есе “Художественото произведение в епохата на неговата техническа възпроизводимост”. Писан през 1936 г. текстът на немския философ, принадлежащ към т. нар. Франкфуртска школа във философията, е емблематично произведение, което отбелязва, макар и недириктно, базисната промяна, която предизвиква появата на фотографията. За Бенямин, както и за някои от другите философи, асоциирани около Франкфуртската школа, технологическият напредък, отглас от Индустриалната революция, базисно променя обществените процеси, а сред тях и самото културно производство. Изхождайки от една по съществото си марксистка представа за производство на култура, която мисли в категориите на база и надстройка, Бенямин подчертава, че макар и свързана с базата – а именно с продукционните условия, надстройката на културата и културните процеси е много по-устойчива и дълготраеща, за да може да се търси директна реакция и промяна спрямо базовите условия. Във философията на Бенямин надстройката не е просто отражение на базата, тя, напротив, е свързана по много по-сложен начин с производствените условия, така че придобива частично автономен характер и на свой ред влияе върху тях. Процесът в този смисъл е двойствен. Ако го отнесем към фотографията, то това ще означава, че не само условията на индустриализиращото се общество поражда развитието на техниката, включително и на фотографията като свое следствие, но също и че появата на фотографията променя начина на възприятие на света, на градското пространство, на произведението на изкуството и т.н., тоест появата на фотографията сама по себе си е носител на *политическо действие*.

Важно е тук да се подчертаят няколко неща, към които многократно ще се връщаме по-нататък: **първо**, за Бенямин появата на възможността за механично възпроизводство е нов по характера си исторически феномен, който се

---

<sup>1</sup> Бенямин, Валтер, „Художественото произведение в епохата на неговата техническа възпроизводимост”, [http://liternet.bg/publish18/v\\_beniamin/hudozhestvenoto.htm](http://liternet.bg/publish18/v_beniamin/hudozhestvenoto.htm)



различава от дотогава съществуващите (ръчни) техники на репродуциране на произведенията на изкуството; **второ** – възможността за механично възпроизводство, която дава фотографията обезсмисля съществуването и мисленето за оригинал, доколкото негативът (фотографската плака) може да произведе безкрайно количество от един и същи образ; **трето** – всичко това оказва влияние върху цялостната представа за художествено произведение, а също и за изкуство въобще, доколкото фундаментално променя представите за време и място на творбата, изважда произведението от културната традиция и ритуала и го включва в политиките на представянето; **четвърто** – механичното възпроизводство е неразделно свързано с масовото производство и с промяната на културните йерархии т.е. не само с промяна на концепцията за изкуство, но с промяна на функцията и ролята на изкуството в обществото.

Набелязаните тук аспекти на промяната, които фотографията предизвиква според Бенямин, поставят началото на множество нови въпроси, отнасящи се до връзката между фотографията и изкуството. Нима може да се каже, че фотографията е изкуство? Какво изкуство представлява тя в сравнение с другите форми на художествена дейност? Загубва ли се напълно уникалността на образа в условията на масовото производство, за което говори философът?

Към тези въпроси ще се връщат много автори, превръщайки ги в неизменна начална точка на мисленето за фотографията изобщо. Във всеки случай обаче, това, което ще се запази като константа е възприемането на фотографията като част от много по-цялостна културна промяна на обществените процеси, която има както идеен (политически), така и чисто материален характер – появата на фотографията, така както и на печатарската преса, е в основата на развитието на книгопечатането и издаването на вестници и списания; фотографията и киното базисно променят условията на възприемане на произведението на изкуството като го интегрират във всекидневието и др. **Как обаче можем да говорим за фотографията като изкуство и напълно ли трябва да забравим думи като оригиналност и уникалност във връзка с фотографското произведение?**

Именно този фундаментален въпрос сякаш прозира като мотивация на книгата на Франсоа Сулаж „Естетика на фотографията”. Ако Бенямин разглежда фотографския негатив от гледната точка на възможността за безкрайно възпроизводство, за Сулаж, който по никакъв начин не противоречи на това беняминово убеждение, негативът означава преди всичко уникалността и неповторимостта на фотографския акт. Той не се интересува вече от негатива като такъв, а от необратимостта на заснетия образ, от натискането на спусъка, на копчето на фотоапарата, което запечатва един конкретен и неповторим момент. **На базата на това Сулаж изгражда своята теза, че фотографията е форма на изкуство, която се определя като такава от уникалността на фотографския акт и от възможните избори на фотографа на всички отделни етапи от фотографския процес.**

Тук ще разгледаме накратко, какъв е пътят на разсъждения, по който Сулаж стига до тази своя теза. Според автора спецификата на фотографията се състои в: 1. Условиата на възможност на една снимка; 2. Условиата ѝ на създаване и на възприемане.

Първите на свой ред се определят от обекта на фотографията, от снимащия субект и трето – от фотографския материал. Сулаж застъпва тезата, че самият обект на фотографията представлява черна дупка ( $0 = x$ ). Той е мистериозен доколкото е непознат. По същия начин непознат е и субектът на фотографията, макар и да можем да открием нещо за него ( $S = x$ )<sup>2</sup>. Самият акт на снимане представлява форма на взаимоотношение, при което обектът и субектът на фотографията влизат във взаимовръзка, която ги променя. От трета страна, би следвало да се мисли за *фотографския материал*, който има също така чисто технологични характеристики. Разсъждавайки върху последното, Сулаж описва детайлно химическите и оптически условия на / за една снимка. И така, фотографският материал е съставен от фотографски апарат, от лента, химически разтвори, от естествената или изкуствената светлина на носителя, върху който е отпечатана или прожектирана снимката. Мисленето за това, какво е фотографията по необходимост изисква разглеждане на всяко едно от посочените по-горе условия, които се концентрират в анализа на самата снимка като непосредствен материал, създаден от фотографията. За Сулаж процесът на създаване на една снимка е свързан с три етапа: фотографският акт, добиването и обработката на негатива. Той (Сулаж) доближава своята представа за фотография до тази на Цветан Тодоров за литература. Подобно на Тодоров, който подчертава, че литературността представлява абстрактно свойство, което на свой ред се занимава или се отнася не до реалната, а до възможната литература, Сулаж смята, че фотографичността или с други думи, съществената отличителна характеристика на фотографията като такава, е абстрактно свойство, структуриращо възможното<sup>3</sup>.

В крайна сметка, Сулаж стига до извода, че снимката остава базисно свързана с фотографския акт, тоест – с първоначалното заснемане на образа. Невъзвратимостта на това действие, въпреки възможността за многократно обработване на негатива, дават основната характеристика на фотографичното.

<sup>2</sup> Сулаж, Франсоа, „Един от основните дейтели на фотографическия акт и действие, се явява като непознаваем в самата си същност: автоанализата на фотографирания субект е често рационализация или измислица, а психоанализата му е твърде дива, за да е сериозна; още повече, особеността на фотографирания е твърде уникална, за да може да бъде генерализирана и универсализирана.“, в „Естетика на фотографията“, стр. 167

<sup>3</sup> Сулаж, Франсоа, „Естетика...“ – „Концепцията за „фотографичност“ описва фотографичното във фотографията. Във всеки случай, можем да добавим и втора характеристика, която прави фотографичността симетрична на литературността, за което говори Тодоров в „Поетиката“; според него, структуралната наука „не се занимава с реалната литература, а с възможната, с други думи, с абстрактното свойство, което представлява уникалността на литературния факт, литературността“; фотографичността описва абстрактното свойство, което характеризира уникалността на фотографския факт – този факт се отнася по-точно за безизкуството, отколкото за изкуството.“ – стр. 169

„Снимката е по-малко от страната на видяното, колкото от страната на породеното: тя е резултатът и отгласът на феномен, който съществува само като функция на определен трансцендентен обект и на определен субект (последният е съставен от фотоапарат, лента и от човек, замисъл, култура). **Снимката е повече продукт, който изследва видимото, отколкото обект, който го показва.**”<sup>4</sup>

Предложеният тук цитат показва комплексния начин, по който авторът мисли снимката за материален продукт на фотографията. Тя присъства преди всичко като обект / продукт в определена културна среда, която е неизменно свързана с нея. Връзката или взаимоотношението между снимката и тази среда е въплътено в принципа „това е било изиграно”, който е базисен за естетиката, разработвана от Сулаж и надгражда възгледа за аналогичния (на действителността) характер на фотографията – „това е било”, който застъпва Ролан Барт.

В едно популярно есе (“The Artworld”) на американския философ и художествен критик Артър Данто, тази взаимовръзка се мисли през представата за определена атмосфера на изкуството. „За да може едно нещо да бъде видно като изкуство се изисква друго, което околото не може да омаловажи – атмосфера на художествена теория, познание на история на изкуството: свят на изкуство.”<sup>5</sup>

## 1.2. Връзки между модната фотография и изкуството

Дотук разгледахме принципните връзки между фотографията и изкуството, от гледна точка на условията на възникване на фотографията, културните и обществени промени, които тя предизвиква и възможностите на една естетика на фотографичното. Оттук насетне би следвало да определим мястото на модната фотография в частност и нейните допирни точки с изкуството. Ако се върнем към твърдението на Данто, за това, че разпознаването на изкуството като изкуство се определя от дадена атмосфера на критическа теория и история на изкуството, то коя е онази теория и история, към която се отнася модната фотография? В първата част на работата бяха разгледани последователно развитието на фотографията и на модата, включително и на практиките на представяне, въплътени до известна степен във фигурата на модела. На базата на това с основание можем да твърдим, че модната фотография е хибриден продукт, който се отнася едновременно към хоризонтите на развитие, история и теория и на фотографията и на модата. Същевременно с това обаче, съществува и един трети план на връзка – този с историята и развитието на изкуството, който обхваща другите два и очертава още по-голям мащаб, към който би следвало да отнесем модната фотография. Може да се каже, че тук следваме

<sup>4</sup> Сулаж, Франсоа, „Естетика...”, стр. 141

<sup>5</sup> Danto, Arthur, “The Artworld”, in “Journal of Philosophy”, Vol. 61, Issue 19, 1964 – “To see something as art requires something the eye cannot decry – an atmosphere of artistic theory, a knowledge of the history of art: an artworld.”, p. 580; есето е налично на линк - <http://faculty.georgetown.edu/irvinem/visualarts/Danto-Artworld.pdf>

перспективата на Сулаж за снимката, като едно изречение, което бива включвано в различни цялости.

Съществуват няколко форми на представяне на модата чрез фотографията: 1. формалистична, залагаща на естетиката на линията и формата; 2. режисирана или съдържателна – това включва „фотографията – постановка”, към която ще се върнем по-нататък в текста; 3. каталожна, която е известна повече като „лук бук” и която излиза от вниманието на настоящето изследване поради изцяло комерсиалния си характер. Основните среди, в които се изграждат тези три форми на представяне са – студио, екстериор и интериор. Може да се каже обаче, че по същността си модната фотография представлява определено решение на конкретен творчески проблем със силно изразена геометрия, логика и специфични закони. Тези закони се променят през времето и са плод на ясни търговско-естетико-социални отношения между потребителя и дизайнера. Според Любомир Стойков модната фотография успява да си извоюва през времето самостоятелност, която включва творческата свобода на авторите и обособяването ѝ като определящ фактор в ежедневието на обществото. В книгата си „Теоретични проблеми на модата” той отделя специално внимание на цялата сфера на комуникация на модните продукти, на журналистиката, публикациите, медиите, които са неизменна част от полето на модата в съвременността. „Световното развитие на фешън журналистиката показва изключителната културна роля, която модната фотография изиграва, измествайки традиционната модна илюстрация от най-популярните списания за стил като „Вог”, „Харпър’с дизайн”, „Офисиел” и др.”<sup>6</sup>

Самата функция на модната фотография се променя от средство, регистриращо определени модни течения, в един от факторите, които ги създават и пораждаат. От 30-те години на 20-ти век насам модните фотографии не само регистрират модата, но и създават визуален свят, в който модните дизайнери „вкопават” своите продукти. Модната фотография изисква особена чувствителност, която я отделя от другите фотографски жанрове. Макар и смело, може да се каже, че за 20-ти и 21-ви век за обществото тя е това, което ренесансовата живопис или тази на холандските майстори са представлявали за общността на своето време. За модата обаче, както и за което и да било друго визуално изкуство (още повече такова, което е интегрирано в ежедневните практики на живеещите), от изключителна важност е публиката. Така навлизаме в един необходим кръговрат, в който елементите са уникални и незаменими. Съвсем директно можем да отнесем перспективите, в които Сулаж разглежда фотографията и като съществено важни за модната фотография – условията на пораждане, на създаване и на възприемане. Не всеки фотограф може да се реализира на полето на модната фотография, доколкото изискванията по отношение на емоционалната и естетическа чувственост, способността да портретира, асоциативността и художествената култура се повишават с всеки изминал ден. Днес не е важно

---

<sup>6</sup>Стойков, Любомир, „Теоретични проблеми на модата“, София 2006

да усетиш „лайфстайла“ на обществото, много по-важно е да добиеш уменията да създаваш такъв. Сериозната публика няма нужда да види конкретна кройка или тип материя, тя има нуждата да усети емоция и уникалния свят, създадени от фотографа и дизайнера, които представят съответната колекция или авторски стил. Публиката има нужда да преоткрие този свят като свой. Светът, който в случая се има предвид, не е нито светът на фотографа, нито този на дизайнера, а е един съвършено нов свят с нов творчески продукт. Той е следствие не на материалното, а на емоционалното и въздейства единствено и само чрез него. Този продукт не зависи от неговата техническа реализация (било то дизайнерска или фотографска), той зависи от естетико-емоционалното ниво на авторите (дизайнер и фотограф) и от тяхната способност да предугадят готовността на публиката да е едновременно и зрител, и потребител. (Именно тази връзка изобразих, чрез втората, троична фигура в Увода на настоящата работа.)

**Но нека се върнем към съдържанието на модната фотография. Може да се каже, че по своята същност и форма тя е представител на концептуално по характера си изкуство и се е оформила като такъв представител доста преди появата на самото концептуално изкуство във втората половина на 20-ти век.**

Творческото изживяване при нея, както и при модния дизайн, се състои в момента на осмислянето на съдържанието, в извеждането и формирането на визуална теза и отправянето на конкретно послание. Едва след това, така да се каже, идейно, концептуално начало и фотографията, и модата преминават в своята занаятчийска форма. Използваната тук дума „занаятчийска“ не цели да подцени самия технологичен процес, но да подчертае неговата разлика спрямо идейното начало. При изграждането на визията в модната фотография няма приоритет преди всичко на модата или преди всичко на фотографията, напротив, важни са и двете изкуства, които пораждаат нова форма в сътрудничество и съ-творчество помежду си. Това е процес, при който те се и конкурират, и синхронизират, и понякога си противоречат, така, както друг път се допълват. Дизайнерът-фотограф или фотографът-дизайнер се съединяват в един общ мисловен и артистичен процес, който можем да разглеждаме като събитие, подобно на начина, по който Сулаж разбира фотографския акт.

**Създаването на визията в модната фотография, както вече казахме, не е илюстрация на облеклото или аксесоара, а е резултат от синтез между усещане, форма и преразказ.**

„За да разберем фотографското изкуство, ние видяхме, че трябва да изберем една естетика на „едновременното“, защото тя позволява да се проучат и експлоатират напреженията и търканията между фотографския материал и обекта на фотографиране, между фотографичния резултат и отминалото събитие, между фотографиращия субект и фотографираните субекти, между въображаемото и реалното, между изкуството и обществото.“<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Сулаж, Франсоа, „Естетика...“, стр. 303

## ГЛАВА 2

### МЕЖДУ „ДИРЕКТНАТА ФОТОГРАФИЯ” И „ФОТОГРАФИЯТА-ПОСТАНОВКА”

Вече многократно обърнахме внимание на това, че фотографията и по-конкретно фотографският акт следва да се мисли като форма на взаимоотношение между субекта и обекта на фотографията. Тази базисна постановка обаче на свой ред предизвиква множество следващи въпроси. Основният сред тях е този за връзката между заснетия образ и действителността. Дали фотографията е аналогична на реалността, дали тя ни показва тази реалност или напротив, показва определена гледна точка спрямо нея?

За французина Жан-Клод Льомани (Jean-Claude Lemagny), цитиран многократно в книгата на Сулаж, фотографията може да се мисли като „директна фотография”, включваща репортажа, портрета и пейзажа и „фотографията-постановка”, под която се има предвид „субективната, манипулирана, автономна фотография”. Самият Сулаж коментира това различаване по следния начин:

„Това разграничаване е интересно. От една страна, то посочва двата полюса – обекта и субекта, между които се колебаят, се ориентират и се люшкат снимките, като в „директната фотография” перото е предоставено на светещия обект, докато „фотографията постановка” се пише от просветен субект, като абсолютен владетел. От друга страна, то ни заставя да признаем, че в „субективната манипулирана фотография” има концептуален подход, който разсъждава върху самата ѝ същност. Но дали всичко това е толкова просто? Дали портретът например не може да се отнася и към фотографията мизансцен? Предизвикателството е голямо: дали при портрета обектът на фотографиране е уловен или остава неуловим, както е при репортажа?”<sup>8</sup>

Въпросът за портрета, който поставя Сулаж, в случая е основен. Освен, че това е базисен фотографски жанр, портретът представлява и силен аргумент в посока на аналогичната връзка между образа и действителността - ние виждаме или себе си, или другия, или група от хора на снимката, които можем да докажем, че съществуват в действителност. Неизбежността или очевидността на това доказателство обаче е привидност, особено в съвременната софистицирана употреба на фотографията. Самият Сулаж изследва различни автори, чиито работи опровергават тази повърхностна прилика като измамна очевидност. Начинът на заснемане, композиране на кадъра, ситуация, обстоятелства и гледна точка, от които е заснет / портретован един човек, създават сами по себе си очаквания и нагласи, носители са на едни или други значения. На базата на това Сулаж заключава, че дори и при портрета имаме условия на

---

<sup>8</sup>Сулаж, Франсоа, „Естетика...”, стр. 93

режисура, тоест, дори и в това отношение се занимаваме всъщност с „фотография – постановка”. По-нататък в книгата „Естетика на фотографията” той предлага още един цитат от Лъомани, който се явява в подкрепа на тази теза. („Всяка фотография може да се разглежда от ъгъла на документа или от ъгъла на художественото произведение. Не става въпрос за два вида снимки. Именно погледът на този, който я разглежда, решава това.”)

Ако се върнем към модната фотография, която е основен предмет на разсъждение в настоящата работа, то може да се каже, че за нея жанрът портрет има функцията на темел. Одухотворяването на дрехата става най-често посредством портретната форма. Тоалетът сам по себе си е носител на естетическото, без да е обвързан задължително с духовното. Той става такъв в съчетание с човека, с човешкото присъствие. Така именно моделът, с неговата физика, поза и мимика, както и средата, в която е поставен, придава дух и очарование на визията. Целта на фотографската работа с модела е да провокира зрителския интерес и фантазия, като така предизвиква емоционална реакция и разбира се, стимулира желанието – както в неговото въображаемо измерение, така и в консуматорско отношение. Зрителят трябва да се идентифицира с идеалния образ на модела и да пожелае буквално „да бъде такъв”. Именно поради въображаемия си, идеален характер моделът в модната фотография (неговият портрет) не е свързан с представянето на определена личност, а с изграждането на определен тип, на обобщен образ. Нека си зададем въпроса – къде се открива истината за дадена личност? Дали това е в една естествено уловена „природа” или в културния профил, в културното измерение на образа? Артистът-фотограф избира второто. Моделът позира пред камерата, като в случая „позира” се използва и в двете значения на думата, а именно като фотографска поза и като светска, културна и социална престореност. В повечето случаи пред нас не стои някаква конкретна личност, а нейният персонаж, тоест външност, игра, образ, който се представя на зрителите след пречупването му през две призми – тази на самия модел, който позира и тази на фотографа, който снима. Следвайки тази посока на разсъждение настоящата работа категорично застъпва тезата за фотографията-постановка като неизменна характеристика и гледна точка на модната фотография. Според Сулаж, този тип фотография изхожда от един базисен принцип – „това е било изиграно”, чрез който и на базата на който се преосмисля документалния и аналогичен характер на фотографията по принцип.

## 2.1. „Това е било изиграно” вместо „това е било”

*„Каквото и да показва, по какъвто и начин,  
снимката е винаги невидима: не нея виждаме”*

*Ролан Барт (“Camera Lucida”)*

Да се върнем към портрета, като подходим от гледната точка на Ролан Барт. В книгата си „Camera Lucida. Записки за фотографията”<sup>9</sup> той пише, че заставайки пред обектива на фотоапарата ние сме едновременно тези, които смятаме, че сме; тези, които искаме другите да знаят, че сме; тези, които фотографът смята, че сме и тези, които заснемайки фотографът използва, за да покаже своето изкуство. В това сложно наслаждане на представи и роли, които заемаме, образи, в които самите ние потъваме, се крие мистерията на фотографията, мисленето за която би ни дало нейния есенциален (присъщия само на нея) характер. За разлика от Валтер Бенямин, който се интересува от политичността на фотографията, от силата на образите да променят света и дори да възплащават идеологически съдържания, от начина на представяне и социалната роля на фотографията, в разсъжденията и текстовете си Барт се концентрира върху нейния собствен характер - върху това, което отличава фотографския образ от всеки един друг образ. „Завладя ме „онтологично” желание спрямо Фотографията: исках на всяка цена да разбера какво е тя „в себе си”, с какви съществени черти се отличава от останалите видове образи. Подобно желание означаваше, че в дълбочина, извън очевидностите, дължащи се на техниката и употребата, и независимо от чудовищното ѝ разпространение в съвременния свят, не бях сигурен, че Фотографията съществува, че има собствен „гений”.”<sup>10</sup> Самата книга на Барт представлява разсъждение именно върху този въпрос, като в следствие на множество примери и размисли върху конкретни образи / снимки авторът се насочва към мисленето за това, че тази **отличителна характеристика на фотографията се съдържа във връзката между фотографския образ и действителността**. Той обръща голямо внимание на индексикалния характер на фотографията, която, според него, неизменно отправя към определен референт. Чрез последното се има предвид семиотичната гледна точка за езика като система от знаци, която обхваща и образите: образите също са текст и като такива могат да бъдат анализирани чрез семиотичния подход. (Подходът, който Барт използва в „Система на модата” е по-същността си идентичен.) Знакът е най-малката единица в тази система, която е носител на значение и тя се състои от означаемо и означаващо (в модела на Фердинанд дьо Сосюр) или ако се позволим на триадичния модел на знака на Чарлз Пърс от интерпретант, репрезентамент и обект. Появяващият се трети елемент в структурата на Пърс – обектът (референта, денотата) обвързва знака

<sup>9</sup> Барт, Роланд, „Camera Lucida. Записки за фотографията”, Agata, София, 2001

<sup>10</sup> Барт, Роланд, „Camera...”, стр. 9



с обективната действителност. Ако за Сосюр означаваното представлява някаква мисловна конструкция, която има езиков характер, за Пърс обектът препраща към една извънезикова реалност. На базата на взаимоотношението между репрезентамента и обекта Пърс различава три вида репрезентации: иконична (която се базира на прилика между знака и обекта), индексикална (физическа връзка между знака и обекта, която може да има указателен характер или да е плод на каузална зависимост) и символна (конвенционална, произволна връзка между знака и обекта). В анализа си на фотографския образ Барт обръща голямо внимание именно на индексикалната репрезентация или с други думи, на връзката на фотографията с действителността от гледна точка на указателния характер на образа. („Виж, това съм аз” – често е начинът, по който реагираме на фотографиите.)

Така, описаната по-горе сложна плетеница от роли на „Аза”, които се изиграват и/или пораждат едновременно показва *времето на фотографията* – тя свидетелства винаги за нещо отминало, уловеният миг е невъзвратим и, от друга страна, *връзката ѝ с референта*, с действителния субект-обект, който присъства в един отминал миг пред фотоапарата. За Барт този процес на превръщане на субекта в обект е достатъчен, за да свърже фотографията със смъртта: доколкото позиращият субект, превръщайки се в обект „умира” в един конкретен минал момент именно като такъв, какъвто се явява пред обектива на камерата. От друга страна, това според него определя ѝ характера на фотографията: тя е близо до своя референт, винаги носи референта в себе си, дори и когато това не е очевидно. Връзката на фотографията с референта има характера на събитие. **Именно тези две перспективи, концентриращи се в принципа „това е било” дават ноемата (поета) на фотографията.**

Според Барт фотографията предполага три практики – това да правиш, да предлагаш и да гледаш. Фотографът е операторът, зрителите (тези, които гледат) сме ние, човекът или нещото, което е заснето е целта, референта или с други думи spectrum-а на фотографията (като Барт подчертано използва тази латинска дума, защото тя е свързана с думата за „спектакъл”). Така още при Барт (по-късно при Сулаж) театралността се появява като характеристика на фотографичното. Отново в „Camera Lucida” се обръща внимание върху това, че театърът и фотографията са свързани и тази връзка произхожда от обвързването на фотографския образ и смъртта, от мисленето му като смърт, което Барт прави. Подобно на древните театрални практики (на маските, използвани от актьорите за да се отличат от останалите и да поставят телата си на границата между живите и мъртвите) пред обектива на фотоапарата застава лице-маска. Стремещът на фотографа да улови момента, да заснеме субекта-обект неочаквано е опит да се проникне зад тази маска, зад „направеното” лице.

В така очертаната от Барт постановка на въпроса прозира един друг, немаловажен аспект на начина, по който се поставя принципа „това е било”. Именно този аспект коментира по-късно в книгата си „Естетика на фотографи-

ята...” Франсоа Сулаж: макар и променящ ролите си, макар и „умиращ” пред обектива на камерата всеки път, субектът, превръщаш се в обект, за който говори Барт предполага, че има някакво „Аз”, която играе, някакво „аз”, което „умира”. Точно срещу това възразява Сулаж, като същевременно засилва принципа на театралността и частично смислово го променя.

„Но какво тогава означава изразът „да се фотографира психичното”? Не сме ли изправени винаги пред дадено тяло или поне пред някаква материя? На какво това тяло е симптом, следа или белег? На аза? На психичния апарат? И дали това се отнася по принцип или само за даден момент? Можем по-скоро да кажем, че фотографията ни изправя пред „то” на другия. „То”, което се налага като разминаване по отношение на невъзможния постоянен аз. „То”, което се играе от самото себе си и чрез своята диалектическа позиция в психичния апарат. Всяка снимка ни показва, че то е било изиграно, защото пред фотографията играем и биваме играни. При фотографията няма място за свободна воля: там задължително има игра на необходимост, необходимостта на театралните взаимоотношения, които представляват живота.

„Това е било изиграно” е вярно не само за това „то”, което принадлежи на фотографираното, но и за „то” на фотографиращия.”

**Този цитат от Сулаж обръща внимание върху различен аспект на театралността. Този аспект за автора е свързан, от една страна, с културата (с културните съдържания, кодирани значения, смисли, които прозират под повърхността на това, което наричаме действителност) и от друга (много по-съществена за Сулаж) страна – с изкуство, с автономността на фотографията.**

„Това е било изиграно”: във фотографията всеки се заблуждава или бива заблуден – фотографираният, фотографът и този, който гледа фотографията. Гледаният снимката може да вярва, че тя е доказателство на действителността, а всъщност тя е само белег на игра. Изправени пред всяка снимка ние сме ограбени. Това е било изиграно, защото се е случило и се случва другаде, а не където си мислим. Както в театъра и във фотографията референтът не е там, където си мислим, нито там, където сме, нито там, където смятаме, че сме. Може би фотографията се отнася сама към себе си: впрочем това е единствено то възможно условие тя да бъде автономна.”<sup>11</sup>

„Фотографията стои на страната на изкуственото, а не на реалното” , казва малко по-нататък Сулаж и с това поставя акцент върху естетическия жест, върху изкуството на фотографията и фотографията като изкуство. Така, както самият той разбира тази естетика, а именно – през мисленето за уникалността на фотографския акт, за загубеното и останалото, за избора и процеса, и не на последно място за метафотографичното (това са аспекти, които бяха разгледани в предишната глава).

Как обаче фотографията придобива значение, по какъв начин тя се отнася към генерирането и споделянето на смисъл, е въпрос, който остава и

<sup>11</sup>Сулаж, Франсоа, „Естетика...”, стр. 93

който би следвало да се разгледа отделно. Не само в „Camera Lucida”, но и в много други свои текстове Барт се занимава с анализ на фотографския образ от гледната точка на това, че той е носител на смисъл. **Започвайки своя анализ от гледната точка на зрителя, в „Camera Lucida” Барт различава два елемента във фотографията, които могат да съ-присъстват или не в рамките на една снимка, но по принцип са характерни за фотографията като цяло. Тези два елемента са Stadium и Punctum: Stadium е свързан с полето на информация и знание, с което се свързва образа на фотографията, докато Punctum представлява някакъв елемент, детайл и т.н., който позволява осъществяването на субективна връзка. Той трансцендира самата фотография; тя (фотографията) представа да бъде преди всичко медия / средство за комуникация и се превръща в самото нещо, което репрезентира или с други думи – дава възможност за непосредствено възприемане на референта.**

Stadium-ът и Punctum-ът представляват всъщност две различни нива на възприемане на образа, които се споменават и в други текстове на Барт. Във „Фотографското послание”<sup>12</sup> авторът разглежда фотографията като послание в определена среда. Средата, която непосредствено се анализира е вестникът, като се разсъждава преди всичко върху журналистическата фотография. Барт се занимава с нивата на значение на образа и отново ги разделя – в случая на денотативно и на конотативно ниво, като това почти директно се отнася към представата му за Stadium и Punctum. Да се върнем за кратко към представата за Stadium - „Да разпозна *stadium*-а, означава фатално да възприема намеренията на фотографа, да вляза в съгласие с тях, да ги одобря или да не ги одобря, но при всички случаи да ги разбере, да ги разисквам в самия мен, тъй като културата (част от която е *stadium*-ът) е договор, сключен между създатели и консуматори. Stadium-ът е един вид възпитание (знание и учтивост), което ми позволява да се срещна с operator-а, да изживея намеренията, пораждащи и оживяващи действията му, но да ги изживея един вид наопаки, според волята ми на *spectator*. Все едно да разчитам във Фотографията митовете на Фотографа, да ги приемам, но без да им вярвам изцяло. Тези митове очевидно целят (за това служи митът) да помирят Фотографията с обществото (нужно ли е такова помирение? да: Снимката е *опасна*), като и припишат функции, които бъдат алиби за Фотографа.”<sup>13</sup>

**Така Stadium-ът е всъщност онова ниво на функциониране на образа и на самата снимка, което е културно определено и което е свързано с конвенциите в начините на комуникация.**

Във „Фотографското послание” фотографията се разглежда преди всичко като медирана в определена среда: публикуването на снимката във вестника, нейната обработка, начинът ѝ на представяне и текстът към нея, определят

<sup>12</sup>Barthes, Roland, “The Photographic Message”, from “A Barthes Reader”, ed. Susan Sontag, Hill and Wang New York, 1982

<sup>13</sup>Барт, Роланд, „Camera...”, стр. 38

нейното значение. Тоест – самата среда на публикуване на фотографията представлява непосредствена рамка на / за нейния прочит. Въпреки че фотографията по дефиниция предава самата сцена, предполага се – реалността, такава, каквата е, то тя все пак търпи трансформация, според Барт<sup>14</sup>. Тази трансформация прави така, че посланието на фотографията да продължава във времето. Възможността за продължението обаче се крие в друга особеност, а именно в това, че фотографското послание е послание без код. **Самият фотографски парадокс, обаче, не се състои в съвместимостта на денотираното и конотираното послание, но в това, че конотираното послание се развива на базата на послание без код.** Именно тази постановка на въпроса разкрива дълбочината на принципа „това е било“ (който в случая ни интересува) при Барт. Той идва да покаже базисната и неотменна, според него, връзка на фотографията с действителността. В текста „Фотографското послание“ като конотативни процедури се мислят ефектите и триковете, позите и обектите, включително и фотогеничността, естетизма и синтаксиса. **Ако обаче всички тези процедури се разглеждат като допълнително придаващи смисъл на някаква изначална действителност (и вероятно модифициращи, трансформирани нейната реалност) отнесено към журналистическата фотография, то модната фотография, с която се занимава настоящата работа, изцяло се разполага в полето на не-действителното, на изиграното. За нея напълно важи принципът на Сулаж „това е било изиграно“, доколкото самата модна фотография е свързана неизменно с изкуството.**

## 2.2. Концептуални подходи в модната фотография

Съществуват различни подходи при правенето на модна фотография. Това, което в случая ще ни интересува и което представлява проблематиката на настоящата глава са формалистичната и концептуалната фотография, като втората много повече се дближава до това, което до тук имахме предвид като „фотография-постановка“. Колкото и да се различават тези два подхода обаче, доколкото единият се фокусира повече върху визуалните и композиционни характеристики на образа, а другият – върху връзката на фотографията с други полета на значение, и при двата се забелязва неизменният елемент на силно авторско присъствие. **В рамките на настоящата работа това се разглежда като същностна връзка между фотографията и изку-**

---

<sup>14</sup>Barthes, Roland, “The Photographic Message”, from “A Barthes Reader”, ed. Susan Sontag, Hill and Wang New York, 1982 – „In order to move from reality to its photograph it is necessary to divide up this reality into units and to constitute these units as signs, substantially different from the object they communicate; there is no necessary to set up a relay, that is to say a code, between the object and its image. Certainly the image is not the reality but at least it is its perfect analogon and this is exactly this analogical perfection which, to common sense, defines the photograph. Thus can be seen the special status of the photographic image: it is a message without a code; from which proposition an important corollary must be drawn: the photographic message is a continuous message.” – p. 196

**ството. Именно поради това, независимо от разликите в двата подхода, в рамките на настоящата работа те ще бъдат разглеждани паралелно, като се акцентира върху авторската идея, която доминирайки фотографския процес, превръща снимката във висок образец на творчество.**

Един от най-разпространените начини за представяне на модата в специализираните медии е формалистичният подход. Той стъпва до голяма степен на принципите, философията и естетиката на абстрактното изкуство. При този подход художествената творба се разглежда изцяло от гледна точка на нейните формални характеристики – пропорцията, начина, по който е направена, композиционните ѝ елементи като цвят, линия, обем. От гледна точка на формализма, всичко, което е необходимо за възприемането на творбата, се намира в самата нея. Така, на второ място остава контекстът и причините на нейното създаване, историческите, културни влияния, както и обстоятелствата от живота на самия артист. За разлика от този подход, концептуализмът в изкуството (както и всякакви дискурсивни подходи към творбата) е свързан много повече със средата, в която произведението на изкуството се появява. Той изследва характера на взаимоотношенията и значенията, които се пораждат от тази връзка: било то в социален, икономически, културен, семиотичен или друг план. Много често обаче тези два подхода се преплитат.

Формализмът във фотографията може да бъде и стратегически жест, който се прилага при необходимост от мигновена реакция, по определено задание или при липсата на концепция, както и в случаите на конкретно задание от страна на възложителя при търсенето на по-комерсиална презентация. Както казахме, характерното за този метод на представяне е превесът на формата, която се презентира по определен начин, така че да покаже модния продукт в целия му блясък чрез линия, форма или цвят (или пък чрез трите заедно). Линията, до голяма степен, е водеща. Тя определя геометричната подредба на изображението, ракурса и светлината. Емоционално-артистичното състояние на модела в случая е важен, но вторичен фактор. Хармонизирането или противопоставянето на линията на облеклото (подчертана от позата на модела) с водещите линии или елементи на кадъра остават творчески подход на автора. Той обикновено се решава по време на самата фотосесия, като в случая представата за „творчески подход“ не бива да се бърка с тази за „изкуство“. Формалистичният метод изисква минимално използване на детайли. Доколкото ги има, детайлите са вторични и се употребяват само за да подчертаят геометрията на кадъра. Минималистичност се изисква и при подреждането на светлинната обстановка. Обикновено се използва висок контраст, през еднопосочно осветление до контражур, с основната задача да се подчертае линията на дрехата или отделни нейни елементи, чрез които зрителят определя нейните физически качества.

Да се върнем обаче към изясняването на концептуалните подходи при фотографията, при което разбираме, както методът, базиран върху формата, така и този, при който водеща е идеята. При линейната форма на предста-

вяне най-подходяща е употребата на черно-бяла фотография, защото поради липсата на цвят, тя дава превес на линията като цяло. Формалистичната фотография най-често се реализира в студийна обстановка. При нея най-важното са физическите качества на дрехата (линия, тоналност, десен и пр.). Поради това пренасянето на снимачния терен извън студиото би било рисковано поради активната фонова среда, която на жаргон фотографите наричат „фотошум“. Ако това обаче е конкретно изискване и не може да се преодолее, то решението остава в подбора на възможно най-неутрални (в линейно отношение) интериор и екстериор или в реализирането на фотографията чрез т.нар. плитък фокус, при който дълбочината на рязкост се свежда от няколко милиметра до няколко сантиметра и безфокусният фон позволява акцентът да падне изцяло върху сюжетно важния детайл. Що се отнася до тоналността (или колорита), то обектът може да бъде поставен в три основни среди: (1.) неутрална, тоест върху фонвете от бяло, сиво и черно; (2) тонално хармонична – в топла или студена гама; (3) тонално дисхармонична – в контрастни цветове. Един и същи сюжет, поставен във всяка от тези три среди носи различно послание, така че тоналното решение, само по себе си, е изцяло подчинено на концепцията на фотографията.

Нещата се променят частично, когато говорим за режисирана форма на фотография или за т.нар. фотография-постановка. При нея линейността остава изключително важен компонент, но тя вече е превърната в изказна форма, наред с останалите композиционни компоненти. На преден план е изнесено посланието посредством съдържанието, разработва се специфична драматургия. При тази форма на фотография авторската идея присъства още по-осезаемо. Творческият процес е продължителен и е резултат от задълбочен анализ на определен проблем, поставен пред артиста. В повечето случаи той започва с идейното авторско решение и рисунките (сториборд-а) и завършва със зрителското осмисляне. Основната задача на т. нар. режисирана фотография е да пренареди пъзела с образите от действителния свят по нов чувствен и художествен начин, който е свързан (отправя) различни послания. При този тип фотография всичко следва въпроса „защо?“. Той се отнася към всички компоненти на съдържателната част – от цялостната визия и макроидеята до най-малкия детайл в изображението. Американският фотограф Арон Сисинкд (Aaron Siskind) споделя, че когато прави снимка той иска тя да бъде нов, пълен, независим предмет, чиято постановка да се определя от реда, който авторът задава .

Ако се върнем към казаното от Любомир Стайков, че модната фотография е различна от формирането на типажи при стандартната рекламна фотография, то следва да обърнем внимание върху това, че разтоварена от непосредствената цел да рекламира и продава модната фотография е свързана много повече с изявата на авторския замисъл и поради това с начина, по който се прави изкуство. Този принцип на доминиране на авторството важи и за формалистичната и за концептуалната (режисирана) фотография. И двата подхода

всъщност са свързани с изграждането на специфична атмосфера, в която дре-хата се представя.

Добрата фотография позволява винаги да си я представиш или да я преосмислиш като нещо друго, по различен начин. Фотографията е трудно изкуство, именно защото е изкуство на въображението. За разлика от киното, при нея при нея липсват изразни средства като движение и звук, които правят киното конкретно и субективно. Според Сулаж, това че фотографията е свързана с въображението или с други думи, това че тя позволява и дори насърчава зрителя да изпълва снимката с друг свой въображаем смисъл, позволява прехода от „неизкуство“ към изкуство<sup>15</sup>.

**Зрителят не гледа снимката по начина, по който (всекидневно) възприема света. По-скоро чрез нея той вижда света по съвсем различен начин, който е повлиян от неговата емоция, от разпознаването, спомена, фантазията, желанието и пр. Емоцията безспорно е водеща във възприемането на едно визуално произведение и една от задачите на модната фотография е да създаде предпоставки за това. Споменът и фантазията предизвикват субективната разпознаваемост на образите и чувството за споделеност на съдържанието. Тази лична или мечтателна, въображаема връзка със снимката, която зрителят открива за себе си, е всъщност основното оръжие на модната фотография.**

Тази възможност за създаване на въображаем свят е вплътена в самия инструментариум, с който работи фотографията: фотографското устройство и образ обслужват разликите между възприемането на фотографията и действителността. Но кои са тези разлики? – Да започнем от очевидното: мащабът не е същият, съотношението между конкретното и абстрактното се променя, времето и продължителността също, отсъства движение, цветовете стават относителни, доминира черно-бялото, останалите човешки сетива като мирис, звук, вкус и допир не съпътстват зрението. Ние не наблюдаваме действителността, а образа на действителността, видян през обектива на камерата и от окоето на фотографа (техническият и субективен аспект на „превод“ на действителността). Подсъзнателно обаче ние въображаемо активираме всичките си останали сетива при възприемането на снимката, правим това обаче в контекста на съдържанието и формата, които ни се представят.

От художествена гледна точка и концепциите за изкуство не съществува „абсолютен“ реализъм. В този смисъл, фотографията не прави изключение, зад „очевидната“ действителност, която възприемаме, са скрити механизмите за производство на образи, с които самата фотография работи.

---

<sup>15</sup>На този преход от не-изкуство към изкуство е посветена цяла глава от книгата „Естетика на фотографията“, стр. 201

## Обобщение:

Да се върнем към началото на настоящата работа, където предложих формула на троичната връзка между автор – зрител и произведение (виж главата „Основни тези, цели и методи на работата”). Чрез тази формула се опитах да подчертая, че смислите, които съдържа едно изображение (една фотография) се определят от сложни връзки между възприятията, стила, методите и културата на работа на автора (който е автономна фигура) и от друга страна, възприятията и културата на зрителя. До този момент в настоящата работа разгледах тези взаимоотношения подробно, като се опирах най-вече на естетиката на Франсоа Сулаж и привличах различни фотографски примери в нейна подкрепа. Концептуалните подходи в модната фотография зависят до голяма степен от осмислянето на тази първоначална троична формула, като се различават не в базисната постановка на въпроса, а в спецификите на самите подходи – дали те са свързани повече с изграждане на формата или с предаване на определена идея. На базата на всичко това се доказва основната теза на настоящата работа, че поради множеството нива на вземане на решения и „едновременността” на фотографията, следва да разглеждаме модната фотография като изкуство, като това съвсем не означава, че предметът на модната фотография е лишен от конкретност. **Всичко казано до тук доказва важността на фундаменталния за изкуството въпрос, който е част от самия процес на правене и на възприемане на произведението: това е въпросът “защо”-то - защо тази геометрична композиция, защо такава тоналност, защо този сюжетноважен (или вторичноважен) елемент е тук или на това място, защо..., защо... защо... Липсата на авторски (респективно зрителски) отговор прави творбата негледаема, връща я или я оставя в състоянието на не-изкуство. Прилагането на този въпрос като аксиома, като дадено базисно условие позволява творческо и личностно тълкуване от страна на възприемащия, което само по себе си е още една крачка към превръщането на една снимка в изкуство.**

Да преминем към обобщение на казаното до тук: авторът организира творческия процес по свой, субективен и уникален начин. Той гледа, осмисля и анализира, избира и определя свой проект, чрез който по специфичен начин заема позиция, после фотографира, обработва заснетото и избира, накрая групира това, което иска да покаже и придава характер на снимката/те като същевременно ги въвежда в полето на изкуството. Дотук работата на автора вече налице, обаче тя не би следвало да се схваща като проява на абсолютна авторска власт, на авторски авторитаризъм. Произведението надскача своя автор. От момента на определянето му като завършено (от момента на неговото публикуване), то започва самостоятелен живот на базата на своята материя, съдържание и оригиналност. Творчеството като цяло трябва да бъде едновременно оригинално и първоначално: оригинално, доколкото е съотнесено към



архива от минали творби, към историята и/или споделяната визуална памет на изкуството и към настоящето на художествените практики, и от друга страна, то трябва да е първоначално, отнесено към хоризонта на бъдещето.

„Всъщност за фотографията съществува едно родство между създателя, изпълнителя и гледащия по отношение на утвърждаването на творбата. Ето защо творбата е отворена, да разбираме под това, че тя може да бъде тълкувана по безкраен начин от гледащия, изпълнителя и създателя.”<sup>16</sup>

Да се опитаме да разгърнем и разберем казаното от Сулаж. Стигайки до дилемата дали грамадата от направени фотографии е грамада заснети хора и предмети или е грамада от авторски светове, в крайна сметка си даваме отговора, че снимката е съотношение между двете. Налична е диалектическа игра: „аз“-ът на автора се стреми да предвиди и да владее обекта, неговото „то“ обаче, което съчетава съвкупността от неговите нагони и усвоени знания/техники добавя винаги един пласт на не-реалност, на обектив, на постановка, въплътена в начина на възприемане / виждане на реалността. Всеки фотограф бива „игран“, направляван и парализиран от тези модели, макар той да се стреми да се разграничи от тях. Продуктът на фотографията е изображението, а изображението създава въображение, което значи, че снимката не е репродукция, отражение или директна репрезентация на съществуващото, а точка на пречупване на този свят, през призмите на автора или зрителя. „Фотографията не е истината, тя е мнение”, казваше често в своите лекции проф. Румен Георгиев. Снимката като краен продукт винаги остава на заден план. Привилегията се пада на самия акт на фотографиране, а също и на акта на възприятие. От гледна точка на артиста, той не е началото, а върховният, кулминационният, завършващият момент в творчеството. Фотографирането не фиксира събитието пред обектива, самото фотографиране е събитие, то е плод на предварително и дълго творческо действие. В модната фотография (без да се изключват другите жанрове) принципът на „това е изиграно“ се противопоставя на бартовото „това е било“. При нея, от една страна, актът на снимане е завършващата фаза на осмислената идея, чрез която авторът изказва мнението си и от друга, той е творческо и емоционално събитие, което се доближава максимално до пърформанса и хепънинга. Ако използваме израза на Сулаж – това именно е „фотографският акт“. Заставайки в другата позиция, тази на зрителя, снимката не е неоспорим факт или край, за него/нея тя е база, начало за осмисляне, „колхоз“, който би следвало да даде началото на неговото усещане и възприятие. Примерите за концептуални фотографски подходи (и още повече на водещите съвременни фотографи), които приложихме навлизат още по-навътре в този начин на работа и на осмисляне на фотографията. Техният изказ е по-революционен и новаторски спрямо общоприетите (до този момент) модели. Те се концентрират върху фотографския акт, като същевременно увеличават „допира“ на фотографията с други изкуства, взаимодейвайки в собствения си про-

---

<sup>16</sup>Сулаж, Франсоа, „Естетика...”, стр. 220

черк модели и подходи на работа. Така „фотографският акт“ престава да бъде дейност, насочена само към изработването на фотографски изображения се превръща в дейност, акцентирана върху работата с различни подходи и идеи, върху тяхното авторско (интелектуално и емоционално) „отиграване“.

Нека се вгледаме малко по-подробно върху същността на „фотографския акт“ във връзка с модната фотография.

Творческият проблем сам по себе си е някакъв феномен. Неговото физическо решение се търси посредством определен обект или субект, поставен в определена среда или акцентиран в нея. Освен това, при фотографския акт са налични две действия: определянето на творческия проблем и решаването на творческия проблем. Имайки предвид тези, принципни „условия“ на работа, всеки един фотограф се изправя пред набор от конкретни въпроси и проблеми, на които следва да намери свое решение.

*Проблем първи:* определяният обект/субект е един от многото възможни. Избран ли е най-правилният? Съществуването на този въпрос вече доказва зависимостта на творческия проблем от избрания обект/субект.

*Проблем втори:* фотоапаратът в ръцете на артиста е буквално такъв – апарат, чрез който държания го се изразява. Той може да „улови“ толкова, колкото му бъде позволено, т.е. това ли е точният апарат, чрез който може да извърши този фотографски акт? Достигаме до втора зависимост – творческият проблем зависи от фотоапарата, от неговите възможности.

*Проблем трети:* произведена е определена визия в n-брой кадри. Тя се определя освен от съдържанието и от качеството (на филма, плаката или матрицата), от времето на осветяване, от правилното използване на композиционните елементи и пр. Избран ли е най-добрият технически подход на извеждане на желаната визия?

*Проблем четвърти:* при наличието на вече определена визия се пристъпва към „изваждането“ на снимка, но тя е само една от многото възможни, които биха могли да бъдат реализирани от един негатив/файл, като сама по себе си се явява нещо ново.

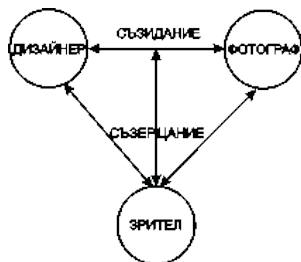
*Проблем пети:* снимката е „човешки“ продукт. Неговият характер, „получаване“ зависи (още една зависимост) и варира спрямо културата и познанието на артиста, спрямо неговия/нейния цялостен стил, както и от емоционалните и материални условия при провеждането на фотографския акт и при възприятието на снимката, било то във връзка или не с останали снимки, образи, текстове. Не на последно място, то се влияе и от средата и възприятието на зрителя.

**В модната фотография голяма част от тези проблеми се решават посредством съ-авторството фотограф – дизайнер или фотограф – художник, или фотограф – стилист. Степента на тяхната взаимовръзка – емоционална, естетическа, артистична и пр., определя степента на „получаването“ на фотографското произведение.**

### ГЛАВА 3

## ПРЕСЕЧНИ ТОЧКИ И СЪ-ТВОРЧЕСТВО В МОДНАТА ФОТОГРАФИЯ

Вече подчертахме многократно, че модната фотография е форма на изкуство или на автономен авторски труд. Проследявайки нейното историческото развитие обаче видяхме, че тя не може да бъде отнесена единствено към полето на фотографията, но същевременно с това е свързана с модата като индустрия, която се развива през времето. Не бихме могли да говорим за модна фотография, без наличието на дреха и на модел, който стои пред камерата, давайки условията за създаване на въображаемия свят, на реалната не-реалност на снимката. Именно поради това, модната фотография представлява пример за „съ-творчество“ (според израза на Франсоа Сулаж); което ще рече, че тя е продукт на авторските виждания на дизайнера и на фотографа. Същевременно с това обаче този продукт, макар и споделен, има един носител / обект и това е снимката, която, от своя страна, попада в различни форми на представяне и възприемане. Тази сложна система от връзки, които описват полето на съ-творчество на модната фотография беше представена в увода на настоящата теза чрез една троична схема. Да повторим схемата и тук, за да направим по-ясни отделните връзки между мода и фотография:



Нека разгледаме последователно базисните условия за всяка една позиция от предложената схема: модата (дизайнера), фотографията (фотографа), зрителя.

Има естетически стойности, които не са подвластни на времето и на определенията за епоха. Ние бихме могли да дефинираме, да посочим определено изкуство в епохата на неговото създаване, но не бихме могли да обвържем епохата директно с естетическата стойност. Това би означавало да противопоставяме Хендел на „Пинк Флойд“ или на Дейвид Бауи. В случая имаме стойностна музика (би могло да бъде – стойностно визуално изкуство), всяко със своето предназначение, естетика, място и моментно настроение на възприятията. Това до голяма степен важи и за модата: фракът вече близо сто и петдесет

години е част от мъжкия гардероб, линията на Шанел и до сега присъства в дамските тоалети, но същите мъж или жена, които ги притежават, вероятно бихме могли да срещнем на улицата, облечени в джинсите на Ливайс. От тази гледна точка, кой е определящият фактор за стойност и естетика в модата? – Може би това е средата, може би е начинът на презентиране, може би е социалното или естетическо ниво на потребителите, а може би отговорът се крие във въпроса: Какво всъщност е модата? Дали тя е необходимост, практичност, бизнес, социално огледало, „лайфстайл”, изкуство или естетика на външността? Може би е всичко изброено.

Модата подпомага процеса на самоопределение и идентификация. Изграждането на определена идентичност е основен фактор, определящ модните процеси и развитието на пазарните категории в модната индустрия. От друга страна, не трябва да се забравя, че самите социални процеси, също влияят върху модата. Дрехата служи както като декларация за индивидуалност, така и за групово определение. Чрез нея могат да се запазват общности или да се създават нови, тя се явява средство за подчертаване или пърформативна промяна на половата идентичност, а също така и „оръжие” за борба със стереотипите. Облеклото може да бъде и инструмент за контрол на отделни социални и обществени групи, както това става чрез униформите и т.н.

**Всичко това определя модата като специфичен език, който е също така едновременно автономен и културно кодиран, както и фотографията. Съ-творчеството между дизайнера и фотографа, представлява форма на разбиране, споделяне и създаване на нов код / образ, на базата на работата на двата езика (на модата и на фотографията).**

Фокусирайки се върху последното следва да преминем (и да припомним отново) характера на фотографията, който ѝ помага да не бъде „просто правене на образи”. **„Фотографията може заедно с друго изкуство да създаде общо творение, което не зависи само от нея, а и от другото изкуство.”**, казва Франсоа Сулаж.

Модната фотография, както и всяка друга фотография, се ръководи от определени критерии и процес на правене. Всяко произведение трябва да се съобразява със своеобразен „закон” за състава на качествените показатели на фотоизображението –  $N=A1+A2+U+A+T$ , където N се явява номенклатурата на качествените показатели, които са сбор от: (Address – A1 = адресованост); (Attraction A2 = привлекателност); (Utility – U = полезност); (Art – A = художественост); (Technique – T = техничност).

*Адресоваността* е пряко зависима от концепцията / идеята. Наличието на концепция оправдава изразната форма и отговаря на въпросите – „защо го правим?”, „от кого искаме да бъдем чути?”. Отговорът на тези въпроси, от своя страна, „избистря” / завършва съдържателната част на произведението. *Привлекателността* на фотографията определя степента на въображение, желание и внимание, отделено от зрителя. Тя е следствие на чувствителността на авторите, съчетана с точно определяне и познаване на адресата (таргета) на

образа. В това отношение важен фактор е единомислието на авторите, тяхната способност да правят обосновани компромиси спрямо вижданията на партньора. *Полезността* (обратно на очакваното) е свързана не толкова с конюнктурата, колкото с таланта и уникалността. Този показател определя и авторското усещане за свобода, чрез която се налага определена естетика. *Техничността* е занаятчийската част от професията. Тя не е основен и задължителен фактор за успеха на дадено произведение. Практиката показва, че зрителят почти винаги би приел една не до там технически издържана снимка, която обаче е изпълнена със съдържание и почти винаги би отхвърлил една „брилятна” технически, но лишена от съдържание фотография.

Съобразяването с номенклатурата на качествени показатели от страна на дизайнера и на фотографа определя и степента на възможност да се създаде екип, а отгук и съвместна визия. В “Camera Lucida” Барт споделя, че това дали интересите на фотографа (в случая и дизайнера) ще бъдат одобрени, разбрани или отхвърлени зависи от степента на култура (в случая) на артистите. Вземането под внимание на номенклатурата на качествените показатели, само по себе си, вече говори за творческа култура. Studium е определена степен на образование и познание, което подлага на изпитание артистичните намерения на артистите. От друга страна, той (studium-а) е и средство за разпознаване и комуникация със зрителя.

Голямото предизвикателство на съвременната модна фотография и дизайн е това да запазят елемента на творчество, въображението на реалната не-реалност и да привличат вниманието на публиката без да потъват в комерсиалността. Затова те търсят сега (както и преди) помоща на изкуството, което има силата да обновява тяхното съдържание, да го прави новаторско и уникално. Съвременните концептуални подходи в модата и фотографията често са свързани със спектакъла. Те се създават, реализират и живеят като спектакъл; както при него, така и при тях концепцията се трансформира в текст (сценарий, идейна бележка). Този текст се „разглобява” на действия, създават се проекти за избор на място, декор (ако такъв е необходим) и осветление, както и необходимите за това, възможни театрални практики, действието се разкадрова чрез „сториборд”. Следва кастинг на модел, стайлинга и избора на грим и прическа, които допълват и подчертават съдържателната част. Реализацията на концепцията обаче представлява същинската част на спектакъла, в която всеки изпълнява своите задачи пред обектива на камерата. В този смисъл, „успехът” на спектакъла изцяло зависи от отношенията вътре в екипа, който го реализира. За разлика от живописиста, която създава самостоятелна, своя действителност, модната фотография трябва да трансформира наличното и от получения резултат да изгради една несъществуваща, но видима и достатъчно убедителна нереална реалност.

С цел да покажем как се случва на практика така описания процес на съ-творчество, тук ще представим накратко дейността на двама български модни дизайнери – Мариела Гемешева и Емилиан Събев, чиято работа, макар и

по различен начин, представлява „събитие“ на/за модната сцена в страната. Авторът на настоящата теза е работил и с двамата от тях и в този смисъл продължението на темата за съ-творчеството е свързано преди всичко с личен, практически опит.

### **3.1. Взаимодействието между модна концепция и фотография. Пример с работата на Мариела Гемешева**

Мариела Гемешева е моден дизайнер и художник – автор на множество пърформанси. Тя е завършила образованието си в София и в Прага, където учи в ателието на Борек Шипек. Гемешева работи на границата между модния дизайн и съвременното изкуство, което е вплътено най-вече в нейните пърформанси. В тях тя използва езика на модата, а понякога и на модната фотография, за да изгради смисъла на работата и да покаже на зрителя преди всичко автономна творба, която не е „зависима“ от ограниченията на установените начини на представяне на мода или на мисленето за мода въобще

Проектът ѝ „Автопортрет“, който е плод на съвместна работа и партньорство между нея и автора на настоящата теза. „Чувствам, че познавам една голяма част от себе си и тази част от себе си, която познавам, реших да покажа“, казва Мариела Гемешева. В основата на проекта стои пърформанс, замислен и режисиран от авторката, който се осъществява в студийна среда. Негов единствен свидетел е фотографът, който „запечатва“ мигове от пърформанса със своята камера. На лице е базисната фотографска постановка, за която говори още Барт, а именно – субект, който доброволно се оставя да бъде превърнат в обект, да бъде „уловен“, изследван и „режисиран“ от обектива на камерата и от окоето на фотографа зад нея. Ако следваме Барт, то бихме могли да кажем, че субектът доброволно се оставя на собствената си смърт, на това да се превърне в образ. В случая, проектът „Автопортрет“ е резултат на партньорство и като такъв той всъщност е пример за съ-творчество. Той изисква особен подход и правилен избор на средства; и дизайнерът, и фотографът се съгласяват, че цялостта на концепцията се крепи върху множество от чувства и жестове, които се случват в определен момент – във времето тук и сега на самия пърформанс. За да се покаже това се избира кинематографичен подход на осъществяване на фотографското действие. Той запазва единността на пърформанса, като го представя под формата на слайдшоу, така, чрез множество фотографски кадри изнася на пред определени моменти, акцентирайки върху случващото се в тях. Изборът на тези моменти е собствено реализацията на фотографския акт, за който говори Сулаж – онова уникално, неповторимо, мистериозно запечатване на мига, в което се реализира усета, интуицията и умението на фотографа. По време на този акт всъщност няма импровизация, напротив – той представлява форма на реализация на авторска (съзнателна и подсъзнателна) интенция. Така замисленият „сюжет“ поставя условие за минималистичност на формите и неутралност на средата. Въпреки че използва кинематографичен подход за да се

реализира, посланието се постига чрез фотографичното – чрез улавянето на момента. Вертикалното кадрово решение внася чувство за продължителност на действието; то наподобява четене на книга и поставя зрителя в ситуация на очакване на финал, на някакво авторско разрешаване на представения творчески проблем. Това, което обаче публиката получава е преди всичко визуален завършек, образ, който самата тя трябва да разчете и да изпълни със смисли за себе си. Действието е безкрайно и то може да се спре единствено и само от зрителя. Артистът като че ли изпробва неговата „граница на търпимост” и консумирайки до край възможностите на фотографския акт, той (артистът) превръща концепцията в моден жест, а оттам и в изкуство.

### **3.2. „Лайфстайл” фотографията и връзката между произведение (продукт) и зрител (потребител). Пример с работата на Емилиян Събев**

Да се върнем на идеята за съ-творчеството, която Франсоа Сулаж разглежда като едно от възможните отношения, които фотографията би могла да има с други изкуства. Както вече подчертахме в предишната глава, модната фотография може да се разглежда като такова поле на съ-творчество, което има различни измерения и посоки на реализация и комуникация. Ако, дадената за пример в предишната глава, работа на Мариела Гемешева, използва модните стратегии на превъплъщение и създаване на определена визия за личността чрез дрехите, за да изгради авто-рефлексивно, художествено произведение, то в работата на Емилиян Събев проличават други аспекти на възможно съ-творчество между фотографа и дизайнера. Те могат да бъдат комуникирани по различни канали, включително и този на лайфстайл фотографията, насочвайки се към много по-широк кръг от зрители.

Емилиян Събев е един от известните модни дизайнери и стилисти, които работят в България. Той завършва обучението си в Studio Berçot (един от четирите водещи колежи по моден дизайн в света), между 1994-1996 стажува при Джон Галиано, Коджи Татсуно, Мартин Маржиела, както и във френските издания “Vogue” и „Elle”; у нас работи по изграждането на визуалната концепция за списание „Егоист” и е негов криейтив редактор от 1996-2000; консултант е на модната марка DRAGO&RADO, изгражда бранда SETA и др. Работата му варира от моден и интериорен дизайн, до дейност като стилист и артистичен директор.

Критическото му отношение към формалните и естетически характеристики на средата, отнесени към непосредствени социум, Емилиян Събев претворява и в работите си, без значение дали илюстрира „душевната прости-тутка” Соня Васи, дали си играе с геометрията на дрехи, купени от „Един долар” и поставени в гимнастически салон или създава щампа за т-шърт с череп със заешки уши (изхождайки от логото на Playboy) като реакция на войната в бивша Югославия. Една част от работите му са публикувани на страниците

на списание „Егоист”, като подходът му може да се определи като съзнателно и последователно привнасяне на културно (и социално) съдържание на понятието и представата за мода. Това е едно специфично двупосочно „движение” по изнасяне на модата от списанието на улицата и обратното – вкарване на улицата в списанието. **То дава представата за това, че модата не е изолиран феномен, но е базисно свързана с живота и притежава потенциала да го променя.** Емилиян Събев практически въвежда в България онзи момент, който определихме като „фотографски акт”, като го прилага към модата (и модната фотография). Този момент е например разгледан като тема във филма „Фотопувеличение” (Blow Up) на Микеланджело Антониони, в който фотографската работа се възприема като способ за промяна на действителността, като лупа, която изкривява и театрализира реалното. За контекста на България работата на Емилиян Събев компенсира липсата на натрупвания при повечето български фотографи, практикуващи в областта на модата между 1990 и 2000 г. и налага концептуален подход на съ-творчество с фотографа, при който да се отстоява съзидателна позиция. В периодът на работа му в списание „Егоист”, където по това време снима и автора на този труд, Емилиян поставя фотографа в ситуация, в която той става едновременно доброволен планник на концепцията на стилиста и жертва на едно от основните предимства на фотографията, това да „увековечава” мига, да превръща определена „постановка” в изкуство; изкуство, което да се представя (в случая с лайфстайл изданията) като множество отрязъци живот или множество (възможни) животи. Така, той оставя фотографа да попадне в плен на собственото си изкушение да бъде едновременно наблюдател, съ-създател и продължител на концепцията.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основната цел на настоящата работа е да очертае полето на модната фотография и най-вече да покаже самостоятелността ѝ като изразно средство и като художествен език, както и нейната връзка с изкуството. Отделните части на изложението предлагат различна информация, като дисертационният труд завършва с поставяне на акцент върху присъствието на фотографията в контекста на концептуалния моден дизайн. Последното е предадено чрез идеята за съ-творчество и е разгледано в практически аспект чрез примери с работата на дизайнерите Мариела Гемишева и Емилиан Събев.

В първата (историческа част) на дисертацията се опитахме да проследим историческото развитие на модата и на фотографията, като разсъждавахме върху видовете фотографски форми и осмисляхме причините за зараждането и необходимостта от концептуализиране на тези изкуства. Без съмнение това, което от днешна гледна точка наричаме модернизъм, предизвиква една от най-мощните творчески вълни в Европа. Периодът между 1850 и 1940 г. е наситен с творчески експерименти в изкуството. Много от тях са следствие на авангардните визии за културата и на тяхното противостояне на оформящата се буржоазна структура на обществото. Ускорената динамика на развитие след Индустриалната революция довежда до налагането на нови, непознати до този момент форми на взаимоотношение между социалните пластове. Развитието на промишлеността създава нови работни места и засилва миграцията към градовете, където се създава нова, забогатяваща класа и се поставят основите на буржоазното общество. Новопридобитите материални блага изместват аристократичния произход като условие за/ на превъзходство. Капиталистическото производство допринася за по-лесното задоволяване на нуждите и вкусовете на средната класа, към която принадлежат дребни чиновници, занаятчии, търговци. Стимулира се благосъстоянието на значителна част от градското население, удобството и уютът стават достъпни. Строителството и архитектурата се разгръщат в невидими до този момент мащаби – строят се фабрики, кантори, изложбени палати, банки, гари, пощи и пр. Айфеловата кула в Париж се превръща в паметник на стремежа да се постигне художествена стойност чрез самата строителна конструкция. Ландшафтът на градовете се променя от новопостроените еднофамилни къщи, които са символ на просперитета на фамилиите, които ги притежават. Забогатяваща буржоазия започва да живее с мечтата за евтино достъпен дворцов лукс. Къщите на новобогаташите, макар и в умален вид, се стремят да достигнат дворцовата пищност. Част от нея стават портретите на основателите на рода, което показва тяхната значимост, както и значимостта на фамилиите, от които произхождат. Макар и загубила своите икономически прозиции, по време на Реставрацията аристокрацията се опитва да възстанови статуквото си. Така тези две класи (аристократите и буржоазията) се озовават в една и съща (икономическа) позиция, със сходни интереси и стремления. Едните искат да са носители на новото, а другите се опитват да

се доказват като модерни. Именно от това вътрешно противоречие произхожда и двойствения характер на модерността, която от гледна точка на културата, от една страна, е свързана с демократизиране на достъпа и средствата за/на култура, от друга, с промяна на характера на културните продукти. С други думи, демократизацията върви ръка за ръка с елитарността, авангарда, но същевременно и с кича. Модата и фотографията са изкуства-индустрии, които се развиват в този сложен контекст. Те са свързани както с развитието на технологиите (шевната машина и дагеротипията) и оформянето на градския начин на живот, така и с авангардната култура, елитарността и високите критически (и естетически) задачи на изкуството като „проводник” на висока култура.

С появата си модата става първичен фактор за самоизява. През 19 век дрехите са обект на голямо внимание, като социалните разлики се проявяват най-вече в кройката, материала и качеството на изработката. След Сингер и създаването на шевната машина, Чарлз Фредерик Уърт е личността, успяла по уникален начин да съчетае естетиката, прагматичността и търговския нюх. Отчитайки много точно и вярно парижките настроения, желания и потребности, той се превръща в първия законодател на висшата мода в света. Уърт не прави компромиси със своите разбирания, а успява, залагайки на социалните потребности и най-вече на парижката суета, да ги превърне в една от най-доходоносните професии - тази на моделиера. С един замах той променя революционно курса на модата. Индивидуалният клиент остава а заден план, като приоритетът се дава на готови, предложени от него колекции, предназначени за по-широк кръг заможни потребители от висшето общество. По този начин, освен това, се дава по-голям избор на модели и материали. Следвайки същите по характера си процеси, работят фигури като Леви Строс, Пол Поаре и Коко Шанел; независимо един от друг и в различни аспекти, те полагат основите както на съвременната мода, така и на съвременния моден бизнес.

В изложението споменахме, че от психологическа гледна точка модата се превръща в израз на човешката индивидуалност, от социологическа гледна точка – тя се явява реципиент на обществените отношения, форма на определено социално-политическо разграничение, както и видим израз на различни нрави, позиции и разграничения в обществото. Можем да добавим и това, че от гледна точка на съвременността, модата се превръща в почти нескончаем източник на капиталово натрупване; тя е поддържана, управлявана и контролирана чрез стратегиите на армия от PR и маркетинг специалисти. развитието на фотографията следва подобна логика и има сходно изражение в настоящето. В първата част на работата това развитие е разгледано в контекста на техническите открития, както и на променящите се сюжети и практики на различни автори. Сред тях са: бащите на фотографията (Надар и Лартиг), огромният концептуален принос на дадаиста и сюрреалист Ман Рей, както и законодателите на съвременната модна фотография Блуменфелд и Басман. С целта да се очертае историческото поле и процеси на поява на модната фотография в първа-

та част на работата разгледахме и развитието на фигурата на модела, което е неделимо от това на модата, и на модната фотография в частност. В работата са коментирани първите професионални модели: Мари Верне, Жан Ебютен, Кики от Монпарнас, Нуш Елюр, Рене Перл, Гала, Жулиет Браунер, Анита Колби; обърнато е внимание върху появата и златната ера на супермоделите като Джия Каранджи, Туиги, Синди Крофорд, Надя Ауерман, Клаудия Шифър, Наоми Кембъл, Линда Еванджелиста. Звездния, публичен и комерсиален характер и присъствие на всички тези фигури свидетелства и за етапите на процеса на развитие на модата и фотографията, и на тяхното взаимодействие отнесено към настоящия момент. Започнали постепенно успоредно да се развиват в зората на Индустриалната революция, изпълнени с културните противоречия на модерността, едновременно елитарни и масови, тези две творчески форми дават поле за израз едновременно на високата естетика и на индустрията, на автономните художествени съдържания и на комерсиалните масови вкусове. Имайки съзнанието за това настоящата работа се занимава с „високия” им характер на изкуство, отнасяйки го към съвременните условия на производство. Фотографията (особено днес, с навлизането на дигиталната техника) се явява една от най-достъпните форми на творческа изява и на социална комуникация. От зараждането си и прогресивно с течение на времето, тя дава все по-големи възможности на масовия потребител да запечатва моментите, които сам определя като важни за него от емоционална, естетическа или друга гледна точка. Тук възникват въпросите, дали това е добре или зле за фотографското изкуство, дали чрез масовизацията то печели нещо и дали направените от същия този масов потребител снимки могат да се определят като произведения на изкуството или не. Макар и да не изчерпва възможните отговори на тези въпроси, настоящата работа изхожда от определена гледна точка. Тя се стреми да проследява логиката на естетическо развитие на модата и фотографията, като защитава тезата за това, че модната фотография представлява форма на изкуство. В този смисъл работата оставя настрана социалните аспекти на проблематиката и обръща внимание на високото културно значение, на развитието на автономен творчески език във връзка с тези два сложни феномена. Викът на дадаистите срещу комерсиализиращото се общество отеква близо век, за да се поднови с още по-голяма сила сега, с все по-налагащите се концептуални подходи на правене на изкуство. Макар и появяващи се в друг контекст и с доста различна културна „заявка”, тези съвременни водещи форми на работа, са далечен, но пряк наследник на авангардите от началото на века и често са свързани с наметаната на различни художествени езици: живописиста вдъхновява фотографията, фотографията „довършва” модния процес, модата и пърформанса се преплитат и т.н. В този контекст се разполага и полето на модната фотография. В настоящия труд си позволихме да я определим като форма на изкуство. Направихме това на базата на идеята за фотографичното (по Сулаж), както и във връзка със специфичното взаимодействие между фотография и мода: модната фото-

графия дефункционализира дрехата като обект (продукт) и я рефункционализира като художествен детайл, като я поставя в художествена среда.

В продължение на работата бяха приложени множество аргументи в подкрепа на тезата за връзката между фотография и изкуство, като многократно бе коментирано и полето на модната фотография. За да обобщим казаното, тук ще предложим четири критерия, отнасящи се до модната фотография, които по един или друг начин бяха коментирани в основната част на тезата. Това са: (1) талант; (2) вещина (възможността за изразяване); (3) предаване на усещане за красивото; (4) новаторство.

(1) Талантът, това е способността да видиш нещо под такъв ъгъл, който другите не могат да видят и то да бъде представено в определена осезаема форма. Няма творец без талант и способност да чувства. Дадаистите например стигат до крайност като твърдят, че е достатъчно да се „види“ една картина или да е налице идея за картина, за да може да се говори за изкуство. Както видяхме в изложението част от концептуалистите подкрепят подобна гледна точка, като дават предимство на идеята пред изпълнението на произведението; последното се разглежда просто като „владееене на занаята“.

(2) Вещината е вторият критерий. Обикновено когато става въпрос за изкуството в неговата идеална форма умението да се изрази е равностойно на таланта. Във фотографията талантът и умението да се изрази позволява с лекота да се направи разлика между фотографичното, фотографираното и фотографирание. И трите обаче изискват да се придобие умение, което е резултат на огромно натрупване и работа.

(3) Третият критерий – придобиването на усещане за красивото, може да се разглежда и като резултат на първите два критерия. В случая говорим за идеална цел, определено ниво на мислене, образец на съвършенство. Усещането за красиво се оформя в резултат на активен творчески живот. Синтезът на изкуствата определя стила/стиловете на определени епохи. Представата и усещането за „красиво“ се определя от (доминиращата) естетиката и от културното ниво на обществото.

С цел да изясним процесите, представени в настоящата работа, ще направим кратък преглед на променящата се историческа роля на изкуството. От Възраждането до Индустриалната революция в голямата си част то е било поръчково. „Клиентите“ спонсорирани и поръчвали произведения на изкуството не за да ги продават, а за да подчертават своя произход, могъщество и класова принадлежност. Техният критерий за красиво е бил силно повлиян от артистичните среди, като самите те обаче са се месели в съдържанието и понякога размерите на произведенията. След Индустриалната революция буржоазията налага множество промени в социалния живот, като това се отразява и на критериите за красиво. Стремешът на новозабогателите да добият статуса на „аристократи“ е свързан и с нарастващия интерес към изкуството. В резултат на това се променя тематиката, появяват се посредници и се оформя нов вид

пазар на изкуство. През 17 век Националните художествени академии били монополисти и законодатели на модите в изкуството. Например – Парижката академия за изящни изкуства „определя“ условията на пазара на изкуство във Франция почти три столетия, докато през 1884 г. нейният официален салон (който определял и цените на произведенията) не бил засенчен от т.нар. Салон на независимите творци, където импресионистите започват да излагат произведенията си. Сходен пример може да се даде и с Художествената академия в Русия, която през 19 век периодично продавала произведения на свои възпитаници, докато работите на професорите се продавали на други, по-високи цени. Алтернативата за Русия била да се купуват творби от Передвижниците. Появяват се и търговци, меценати и колекционери на изкуство, какъвто е бил Павел Третьков, които купуват от самите стативи на художниците. Така още през 19 век се поставят основите на пазар на изкуството, който е далечен предходник на съвременните пазарни форми. С подобен пазар – поява на нова класа, на посреднически фигури, промяна на представите за качество на живот, престиж и символен капитал, са свързани и процесите на формиране на полето на модата и на фотографията. Сам по себе си, този пазар, започва да влияе на стиловете, представите за красиво и стойността на художествените произведения.

(4) Новаторството като критерий за съществуване на изкуството изисква нарушаване на стереотипите и законите, въпреки това без познаване на предишния опит (на историята) не би могли да има и новаторство.

Проследявайки творческото развитие на Надар, Лартиг, Ман Рей, Блуменфелд и Басман стигнахме до извода, че това са фотографи, които изпълняват всички от посочените тук критерии; едновременно следват хода на историята и го изпреварват, като полагат основите на съвременната модна фотография и на различни концептуални подходи към фотографията като цяло. Същевременно с това, тяхната работа постепенно очертава и се реализира в едно автономно поле на фотографията, което се подчинява на новите (модерни) обществени процеси и пазари, но и запазва възможността за творческа свобода при произвеждането на висока (елитарна) култура.

Изхождайки от тази исторически сложно поставена представа за връзката между мода и фотография, която в процеса на социално, икономическо и естетическо развитие очертава полето на модната фотография, втората част на работата разглежда теоретични и философски въпроси за характера на фотографичното.

В дисертационния труд се коментират ключови автори като Валтер Бенямин, който разсъждава върху политическите и социални условия, както и промяната на представата за изкуство при появата на фотографията; Роланд Барт, който разглежда фотографията, както и модата от гледната точка на езика и значението, които те носят, Франсоа Сулаж и др. Идеите на последния са превърнати и възприети за основна теоретична платформа на самата работа, която използва ключови понятия като „фотографски акт“, „фотографичност“, „съ-творчество“

съобразно употребата им в книгата „Естетика на фотографията“. Това, което най-вече ни интересува е, че фотографията представлява сложно изкуство, което въпреки връзката си с действителността, всъщност не представлява неин аналог. Напротив, субектът на фотографския акт, начините на разпространение, културните особености, условията на възприятието и т.н. са фактори, които влияят не само на съдържанието и на начина на „присъствие“ на готовата снимка, но те определят и самите условия на снимане или с други думи – самия фотографски акт. Именно в това се състои принципът „това е било изиграно“, който Сулаж предлага и който надгражда и разширява бартовото „това е било“; според Барт макар и свързана с театъра фотографията все пак запазва връзка с действителността и точно в това се състои нейната специфика. Изясняването на двата принципа е разгледано подробно във втора глава на втора част от настоящата работа.

За модната фотография принципът, предложен от Сулаж, важи с още по-голяма сила, доколкото тя работи изцяло в сферата на въображаемото, създавайки усещане за не-реална реалност. Чрез различни подходи модните фотографи се опитват да създадат атмосфера, въображаем образ, свят, който да привлече зрителя, като провокира неговите/нейните емоции, усещания, компежи. В работата по-конкретно са коментирани два подхода: формалистичният, който е свързан преди всичко с естетиката, обобщенията на образа и техническите характеристики на образа сам по себе си, вътре в рамката на кадъра и идейният (концептуален) подход, който разширява границите на произведението на изкуството като го отнася към културни, институционални, аналитични съдържания. Въпреки разликите между двата подхода в дисертацията те са разгледани в обща част „Концептуални подходи в модната фотография“, доколкото и при двата водеща е артистичната идея, която придава на снимката статута на изкуство и по този начин я различава от поръчковата фотография, подчинена изцяло на комерсиалните изисквания. „Фотографията-постановка“ не показва действителността, а е огледало, отразяващо „истината“ и заобикалящия ни свят през специфичната призма на автора. Самото произведение представлява самостоятелен продукт, който е резултат, както на творческата визия, така и на възприятията, смислите и идеите, с които го натоварва зрителя. Представата за това взаимодействие и взаимоотношение между тези три компонента: автор – произведение – зрител, е в основата на настоящата теза. То е представено посредством двете схеми, изложени в увода, които многократно се коментират и доказват в работата. Идеята за режисирането на фотографията, допълнена от представата за въображаемия свят, който тя изгражда и показва дават уникална възможност за изява на съ-творчество. Модната фотография е плод именно на такова съ-творчество; като в работата то е изяснено на базата на практическия опит на автора на настоящата теза и сътрудничеството му с автори като Мариела Гемешева и Емилиян Събев. Творческата убедителност и размах на тези двама автори представляват ярки примери за родната сцена;

те са вдъхновители и до голяма степен учители на следващите поколения. Изборът да се представи и обговори тяхната работа в края на тази теза (и именно във връзка с идеята за съ-творчество) е и собствено най-конкретната част, която разглежда модната фотография в контекста на концептуалния моден дизайн. Чрез пърформанса като форма на съвременно изкуство при Мариела Гемишева и творческото изграждане на модели на живот, коментар, социални съдържания и фина естетика в работата на Емилиян Събев, искахме да покажем не друго, а именно „живота“ и актуалното поле на действие на модната фотография; нейната възможност не да си представя, да коментира или да се свързва с изкуството, а самата тя да бъде такава.

## ПРИНОС

1. Формите на фотографията в контекста на концептуалния моден дизайн се разглеждат за първи път в българската научна литература.

2. Обособяването на модната фотография като самостоятелно изкуство – сливането на мода и фотография посредством „фотографския акт“

3. „Съ-изкуството“ - модната фотография, вече наложена като жанр, се превръща в доказателство за вторичното изживяване на усещането за изкуство както за дизайнера, така и за фотографа, а крайният съвместен продукт е обединена, съвсем нова творба със свой самостоятелен естетико-емоционален живот, независим от неговите автори.

4. Тази дисертация прави, макар и непълен, анализ и сравнение на творчеството на двама от най-изявените съвременни български представителни на модата – Мариела Гемишева и Емилиян Събев.

## Публикации:

1. „Диляна Флорентин – „пепеляшка“-та на българската - фотография“ – Digital Photo-Video, <http://dpvreview.bg/?p=847>

2. „Лилян Басман и свършената естетика на модната фотография“ – сп. „Изкуства и критика“, бр. 00, НХА, 2015 г.