

ART HISTORY

Грим у подіумно-художньому образі

Л. П. Дихнич

Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: 5020640@ukr.net

Paper received 30.08.19; Accepted for publication 15.09.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-205VII34-01>

Анотація. У статті визначено сутність модного образу; у контексті заявленої теми проаналізовано різні літературні джерела; грим презентується як подіумний make-up та позиціонується образотворчою складовою подіумно-художнього образу.

Ключові слова: європейська мода, модний показ, подіум, подіумний make-up.

Сучасне суспільство з його духовними і матеріальними цінностями дає передумови для формування модного образу в рамках творчої діяльності. Індивідуальна творчість і експерименти з модним образом ґрунтуються на використанні не тільки різних матеріально-штучних оболонок, але і всляких зовнішніх атрибутів новітніх модних тенденцій і їх складових: одягу, взуття, аксесуарів, макіяжу (гриму), зачіски і стилю поведінки. Як зазначає В.Соколова, «модний образ є не що інше, як явище, що панує в сучасному суспільстві, що займає в ньому визначальну позицію і виражене за допомогою художніх і матеріальних атрибутів» [14]. Грим – засіб художньої виразності.

У контексті заявленої теми, привертають увагу наукові роботи вітчизняних (Д. Єрмілової [5], Т. Євсєєвої [10], В.Соколової [14], Д. Масленникової [8], О. Лєспяк [10], М. Шипкарук [10],) та європейських науковців: Ш. Зелінг («Мода: Век модельєров (1900-1999)», Кьольн, 2000) [6], А. Латур («Волшебники парижської моди», Москва, 2009) [7], М. Фогт («Мода. Всемирная история», Москва, 2015) [11]. Попри ґрунтовну теоретичну базу окремі положення залишилися поза увагою перелічених дослідників. Тому, окреслена проблематика заслуговує на детальніше вивчення.

Мета статті полягає у теоретичному аналізі гриму як образотворчої складової подіумно-художнього образу.

Модна індустрія має свої особливості. Представники різноманітних творчих професій, такі, як фотографи, стилісти, дизайнери, модельєри, візажисти, перукарі, – це фахівці, які створюють шедеври в своїй роботі. Візажисти, готуючи моделі до виходу на подіум, часто вигадують їм незвичайні образи (малюючи хитромудрі стрілки і використовуючи нові відтінки помад).

Макіяж в стилі Fashion позиціонується важливою складовою світу високої моди. Подіумний make-up необхідний при створенні образу колекції, який часто виходить поза рамки звичного. Такий макіяж виглядає незвичайно, футуристично, відображаючи модні тенденції, як сучасні, так і майбутні.

Первинно мета макіяжу в подіумному образі – не відволікати глядачів від дизайнерської колекції під час показу. Моделі і їхні обличчя були фоном, білим аркушем, основна увага зосереджувалася на вбранні та аксесуарах.

Англійський кутюр'є Джон Гальяно один з перших порушив такі неписані правила. На показах його авторської колекції всі могли спостерігати, що подіумний make-up може бути як важливим елементом яскравого шоу, так і частиною образу, що працює на дизайнерську ідею.

Подіумний макіяж став самодостатнім видом мистецтва професіоналів.

Моделі на модному показі мають виглядати ідеально. Головним способом приховати всі недоліки шкіри обличчя, зробивши модель бездоганною, є професійний make-up. Досвідчені візажисти працюють з кожною моделлю дуже короткий проміжок часу, що відведений йому під час показу. Організатор показу все розраховує за хвилинами, модель змінює образи (наряди) кілька разів протягом всього шоу. Отже, подіумний макіяж має бути практичним і стійким до високих температур, механічних впливів. «Адже робота моделей – це багатогодинні демонстрації, численні переодягання, на них спрямовані яскраве світло, сотні спалахів. Подіумний make-up не повинен розпливися від дії тепла»[12].

Водночас подіумний макіяж має бути яскравим, щоб його могли бачити глядачі крайніх рядів, фотографи.

Макіяж для подіуму виконується в техніці сценічного гриму. У створенні образу професіоналі-візажисти враховують закони фотографії, оптичні ефекти, бо такий макіяж призначено для подіуму, фотосесії і відеозйомки.

Макіяж для подіуму різниться від звичного повсякденного.

Повсякденний макіяж приховує всі недоліки на обличчі і нерівності. Макіяж в стилі Fashion надає перевагу яскравій індивідуальності. Особливість зовнішності підкреслюється, подекуди перебільшується: рельєфна поверхня обличчя, занадто глибоко посажені очі, занадто широкі губи.

Основою повсякденного варіанту макіяжу є формування овальної форми обличчя. У Fashion-індустрії цінується квадрат, тому за допомогою макіяжу візажисти спеціально підкреслюють виступи щелеп, тим самим підкреслюється індивідуальність образу. Таким чином, макіяж для подіуму помітно відрізняється від повсякденного. Він більш яскравий, випуклий, при його створенні використовуються різні ефекти.

Залежно від головної ідеї колекції, задуму дизайнера майстер візажу використовує найрізноманітніші види макіяжу для подумного образу. Так, для природного образу дуже цінним є майже непомітний на обличчі макіяж, так званий «ефект відсутності макіяжу». Губна помада – тільки тілесних відтінків. У створенні авангардного образу застосовують тіні і помаду незвичайних контрастних тонів. Як приклад можна навести чорний готичний макіяж. Для створення гламурного образу використовуються яскраві кольори декоративної косметики, виділяючи традиційно очі і губи. Візажист ніколи не повинен забувати про тренди, навіть створюючи образ у стилі ретро [12].

Як показує аналіз модних образів, що створені дизайнерами, візажисти втілюючи оригінальні ідеї «жертвують» природною красою моделі: роблять губи товщими, брови ширше, додають погляду агресивності, надмірно підкреслюють вилиці. У сукупності виникає шедевр, що захоплює своєю нереальністю.

Модні покази демонструють тренди на кілька сезонів вперед. Від них відштовхуються, якщо говорять про нові віяння, колірні рішення і в повсякденному макіяжі. Макіяж із інструменту краси перетворюється на інструмент мистецтва.

Завершився паризький Тиждень моди (2019), а разом з ним і місячний марафон показів. Кожен показ мав свої особливості візажу. Змінюється поведінка візажистів – вони або вірні тому самому макіяжу «без макіяжу», або вдаються до крайніх заходів і малюють цілий твір на обличчі. Варто визначитися, чому на більшості показів візажисти не використовують навіть туш, яка ще кілька років тому була в кожній косметичці.

По-перше, в сучасному суспільстві постійно відстоюються права людей на те, щоб відчувати себе комфортно в тому тілі, в якому вони є. Так що зараз під заборону будь-які обговорення ваги, зросту, раси або навіть статі. Люди борються за рівноправність і толерантність. Слова «товстий» і «худий» плавно переходять в розряд непристойних, як і прикметники, що визначають колір шкіри. Кожен намагається підкреслити особливість своєї зовнішності – і в такі часи просто не може бути чітких трендів, які диктують поняття краси. У 2019 прогресивна громадськість налаштована на те, що кожна людина прекрасна сама по собі – ви можете зробити себе трохи краще, ніхто не проти «доглянутості», але намагатися бути схожим на когось і втрачати свою родзинку не в правилах сучасності. По-друге, на те, як ми фарбуємося, впливає технічна еволюція камер. Чим краще стає якість фотографій і відео, тим менше косметики на обличчі ми використовуємо. Тренд на макіяж «без макіяжу» [12] з'явився практично одночасно з Селфі.

У підсумку завдяки моді на повну відсутність макіяжу ми отримуємо глобальний новий тренд – візажисти більше не намагаються продиктувати нам, як виглядати краще. Тепер вони придумують на обличчі цілі картини і образи, за якими або лежить ідея, або це просто красиво, але практично нічого спільного з повсякденним життям вони не мають. Так, наприклад, креативний директор по макіяжу Christian Dior Пітер Філіпс малює то нарочито великі вії в дусі Твіггі, то

розписує обличчя незрозумілими ієрогліфами – насправді це було сплетіння ліній, які повторювали рухи танцюристів, які виступали під час показу.

Приблизно такої ж тактики дотримується і Пет Макграт. Її макіяж практично завжди яскравий. У цьому сезоні найбільш затребуваний візажист придумувала образи для Louis Vuitton, Givenchy, Prada, Miu Miu, Valentino, Maison Margiela, JW Anderson, Paco Rabanne, Chloé, Versace. Список значний, але більшу частину її ідей навряд чи ще коли-небудь побачити в повсякденному житті.

Ще один візажист, який робить з облич моделей арт-об'єкти, – молодий австралець Томас де Клювер, який увійшов в минулому році в список найвпливовіших людей в моді BOF 500. У цьому сезоні він працював на Acne Studios, Kenzo, Gucci, Rokh. Практично кожен раз його мистецтво виглядає досить мінімалістично – ніяких вульгарних акцентів, завжди тільки матові відтінки і фокус на чомусь одному.

Обличчя, розписані Ісамаєю Ффренч, що запустила Dazed Beauty, теж мало пов'язані з поняттям жіночої краси в повсякденному житті. Роздивляючись результати її роботи, думаєш про те, як вона це все творила – робила лінії нарочито неохайними, компонувати кольори, розтушовувала засоби гриму. І вже точно не чекаєш, що вона порадить, як зробити обличчя привабливішим за допомогою косметики, а лише отримуєш насолоду від її художньої майстерності.

За складним макіяжем, який дуже близький до театрального гриму, можна звертатися до показів Vivienne Westwood. Для цього бренду візажисти ніколи не скупляються на фарби, промальовують складні геометричні композиції, використовують яскраві кольорні поєднання і змінюють природний вигляд моделей до невпізнання. Такі макіяжі можна сміливо брати за приклад образу для вечірки, як і варіант з блакитними масками з осінньо-зимового показу Chanel.

Останні кілька років на показі Givenchy демонструють маски з мережива з камінням і перлами, які візажисти споруджують на обличчях моделей не одну годину. Варіанти з аплікаціями на очах і губах можна знайти на показах Ashish (з пастками і стразами), Preen by Thornton Bregazzi (з пелюстками) або Manish Arora (зі стразами і зірочками).

Смокі давно перестали асоціюватися лише з темно-сірою і коричневою гамою. Візажисти грають з кольором, додаючи червоний на показі Alberta Ferretti або роблячи переходи з зеленого в блакитний на шоу Diane Von Furstenberg. Один з найоригінальніших варіантів був продемонстрований на торішньому осінньо-зимовому показі Chanel, коли смокі були зроблені за трафаретом у вигляді маленьких ромбів.

За кілька років *glitter* перестав просто доповнювати образи – тепер він став самостійним засобом. Візажисти все частіше намагаються підійти до нього нестандартно, наприклад наносять його на вилиці і під брови, а не на губи або повіки.

Різні варіації стрілок – від широких, що йдуть до скронь і прикрашених стразами, до лаконічних у вигляді тонких ліній над і під очима – образи стають все більш оригінальними. Тіні можна наносити широкими

мазками без розтушовок, як на показах Versus і Versace.

Отже, подіумний макіяж, який виконується в техніці сценічного гриму, став самодостатнім видом мистецтва професіоналів. Подіумний make-up може бути важливим елементом яскравого шоу, частиною образу, який працює на дизайнерську ідею. Макіяж в стилі Fashion – важлива складова світу високої моди. Подіумний make-up необхідний при створенні образу

колекції, часто він виходить за рамки звичного, він незвичайний, футуристичний, відображає модні тенденції як сучасні, так і майбутні. Запропонована наукова публікація не претендує на абсолютну висвітленість і вимагає ретельнішого дослідницького аналізу з подальшим викладенням отриманих результатів у спеціалізованих монографіях з теорії та історії подіумного make-up.

ЛІТЕРАТУРА

1. Васильев А.А. Красота в изгнании. Королевы подиума / Александр Васильев. – Изд. 8-е, в 2-х тт. Т.1. – М.: СЛОВО/SLOVO, 2008, 352с.: ил.;
2. Васильев А.А. Судьбы моды / Александр Васильев. 2-е изд. — М.: Альпина non-fiction; 2010, 464 с. + 16 с. вкл.
3. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле / А. Васильев 7-е изд. – Москва: Альпина non-fiction : Глагол, 2014, 558 с. – (Le Temps des Modes).
4. Ворт Ж.-Ф. Век моды / Ж.-Ф. Ворт ; пер. А. Брядинская. – Москва: Этерна, 2013, 286 с. – (Серия «Mémoires de la mode» от Александра Васильева).
5. Ермилова Д.Ю. История домов моды: Учеб. пособие для высш. учеб. заведений / Дарья Юрьевна Ермилова — М.: Издательский центр «Академия», 2003, 288 с.
6. Зелинг Ш. Мода: век модельеров (1900–1999) / Ш. Зелинг ; пер. Ю. Бушуева, Г. Яшина. — Кёльн : Konemann, 2000, 457 с.
7. Латур А. Волшебники парижской моды / А. Латур ; пер. Е. Макарова. – Москва : Этерна, 2009, 440 с.
8. Масленникова Д. Почему Недели моды больше не диктуют нам, как краситься // *Vogue*. 2019. 7 березня. URL https://www.vogue.ru/beauty/fashion-trends/pochemu_nedeli_mody_bolshe_ne_diktuyut_nam_kak_krasitsya/
9. Мельник М. Мода в контексті художніх практик ХХ ст.: автореф. дис. ... канд. мистецтвознав. : 26.00.01 / М. Мельник; КНУКіМ. – Київ, 2008. – 19 с.
10. Мода и модельеры / ред. группа: М. Шипкарук, Т. Евсеева, О. Лесняк. – Москва : Мир энциклопедий Аванта+, Астрель, 2011, 183 с.
11. Мода. Всемирная история. / Под ред. М. Фогг ; пер. с англ. Д. Карризи. – Москва : Мagma, 2015, 576 с.
12. Подіумний макіяж // *Looks*. URL <http://wlooks.ru/krasota/makiyazh/podiumnyj/> (дата звернення: 26.08.2019).
13. Пуаре, Поль Одевая эпоху. / Пер. с фр. Н. Ф. Кулиш. // Предисловие и фотографии А. А. Васильева. — М.: Этерна, 2011, 416 с.: ил. — (Mémoires de la mode от Александра Васильева).
14. Соколова В. Е. Понятие «модный образ» с позиции художника-модельера и непосредственного носителя образа // *Молодой ученый*, 2015, №24, С. 890-892. URL <https://moluch.ru/archive/104/24536/> (дата звернення: 26.08.2019).
15. Царевская О. Fashion-show: историческая трансформация формы визуализации моды / Елена Царевская // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Теорія культури і філософія науки, 2011, № 958(2), вип. 45, С. 57-64.

REFERENCES

1. Vasiliev A. A. Beauty in exile. Queen of the catwalk / Alexander Vasilye. – Ed. 8th, in 2 vols. T.1. – М.: WORD / SLOVO, 2008.352 s.: Ill. ;
2. Vasiliev A. A. The fate of fashion / Alexander Vasiliev. – 2nd ed. — М.: Alpina non-fiction; 2010. – 464 p. + 16 s. incl.
3. Vasiliev A. A. Studies on fashion and style / A. Vasiliev, 7th ed. – Moscow: Alpina non-fiction: Verb, 2014, 558 p. – (Le Temps des Modes).
4. Worth J.-F. The Age of Fashion / J.-F. Wort; per. A. Bryandinskaya. – Moscow: Eterna, 2013. 286 p. - (Series "Mémoires de la mode" from Alexander Vasiliev).
5. Ermilova D.Yu. History of fashion houses: Textbook. allowance for higher. textbook. Establishments / Daria Yuryevna Ermilovayu - M.: Publishing Center "Academy", 2003, 288 p.
6. Selling S. Fashion: the century of fashion designers (1900–1999) / S. Selling; per. Y. Bushueva, G. Yashin. - Cologne: Konemann, 2000, 457 p.
7. Latour A. Wizards of Parisian fashion / A. Latour; per. E. Makarova. - Moscow: Eterna, 2009, 440 p.
8. Maslennikova D. Why Fashion Weeks no longer dictate to us how to paint // *Vogue*. 2019.7 birch. URL https://www.vogue.ru/beauty/fashion-trends/pochemu_nedeli_mody_bolshe_ne_diktuyut_nam_kak_krasitsya/
9. Miller M. Fashion in the context of artistic practices of the XX century: author. dis. ... cand. mysterious : 26.00.01 / M. Melnik; КНУКіМ. - Kyiv, 2008, 19 p.
10. Fashion and fashion designers / ed. group: M. Shipkaruk, T. Evseeva, O. Lespyak. - Moscow: World of Encyclopedias Avanta +, Astrel, 2011, 183 p.
11. Fashion. The World History. / Ed. M. Fogg; per. from English D. Carrizi. - Moscow: Magma, 2015, 576 p.
12. Runway Makeup // *Looks*. URL <http://wlooks.ru/krasota/makiyazh/podiumnyj/> (date of death: August 26, 2019).
13. Poiret, Paul Dressing era. / Per. with fr. N.F. Kulish. // Foreword and photographs by A. A. Vasiliev. - М.: Eterna, 2011, 416 p.: Ill. - (Mémoires de la mode from Alexander Vasiliev).
14. Sokolova V. E. The concept of “fashionable image” from the perspective of the artist-fashion designer and the direct carrier of the image // *Young scientist*. 2015, No.24, S. 890-892. URL <https://moluch.ru/archive/104/24536/> (date of death: 08/26/2019).
15. Tsarevskaya O. Fashion-show: historical transformation of the fashion visualization form / Elena Tsarevskaya // News of the Kharkiv National University imeni V. N. Karazina. Seriya: Theory of Culture and Philosophy of Science, 2011, No. 958 (2), VIP. 45, S. 57-64.

Grim as a podium-art image L. Dykhnych

Abstract. In the article defined essence of the fashion image ; various literary sources have been analyzed in the context of the stated theme; makeup is presented as a catwalk make-up and positioned as an iconic component of the catwalk image.

Keywords: *European fashion, fashion show, podium, catwalk make-up.*