

**Губа Б.**  
**ФОТОГРАФІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА МОДНУ ІНДУСТРІЮ**

Фотографія як сучасне мистецтво ХХІ століття перебуває під сильним впливом векторів розвитку художньої сфери, так само як і цифрових технологій, які обумовлюють як створення, так і поширення зображень. Зображення в сучасній культурі виконує відразу декілька функцій.

Прикладна функція, одна із перших, яка відповідає за зв'язок фотографії з іншими видами мистецтва і творчої діяльності. Естетична функція є ототожнення фотографії як виду мистецтва. Аксіологічна функція спрямована на висвітлення, за рахунок фотографії, цінностей та формування ціннісних орієнтирів. Інтегративна функція полягає в допомозі соціалізації та пристосуванні до відносин, що існують в суспільстві. І одна з найважливіших функцій, інформативна, вона спрямована на постачання та передавання інформації глядачу, за рахунок фотографії. Всі розглянуті функції фотографії тісно взаємопов'язані між собою.

Візуальна інформація стає формотворчим принципом культури, образи формують погляди, принципи впливають на світосприйняття людей, конструюють простір культури. Серед різних форм мистецтв фотографія займає центральне положення, що визначає зростаючий до неї інтерес. У процесі історії свого розвитку фотографія дійсно продемонструвала свою величезну роль в процесі формуванні та сприйнятті інформації. Фотографія, з'явившись наслідком пошуку як нових смислів, так і нової мови, здійснила черговий поворот до актуалізації архаїчних схем мислення. Ймовірно, незважаючи на уявну простоту її мови, пробуджує в людях прагнення до потреб більш глибокого рівня.

Фотографія розглядається як особливою комунікативною практикою, вона впливає через образ, який друкується в несвідомому і залишається в ньому практично назавжди. Її використовували як утилітарний інструмент для документації, як спосіб трансцендентального мистецтва і як життєздатний гібрид того і іншого. Сам процес фотографування включає в себе певні техніки підпорядкування, що характерно для діалогу фотографа і моделі. І один відбивається в іншому в діалозі, викликаною реакцією на іншого. Тому можна вважати, що процес фотографування є процес комунікативний і психотерапевтичний.

Деякі фотографії можуть вивчатися в зв'язку з роллю, яку вони відіграють у інших творчих галузях життя. У зв'язку з цим, фотографія завоювала передові позиції в індустрії моди. Fashion – зображення є матеріалом для дослідження, унікальність якого, полягає в потужному розвитку естетики ілюстрування образу людини в костюмі. Дозволяючи розглядати моду як символічну систему, яка протистоїть принципу дихотомії знака. У цьому сенсі модна фотографія наполягає на існуванні модного світу, формує його ліміти і обриси. Ми сприймаємо світ моди спираючись на регламент модної фотографії, ми формуємо міфологію модних систем відповідно до тієї конструкцією яку сформувала і створила фотографія моди.

Fashion – ілюстрація стала підсумком і прообразом неіснуючого світу, частиною системи, яка існує тільки у відображенні. Розвиваючись і зміцнюючись fashion фотографія відійшла від наслідування живопису і віднайшла свою власну мову. Фотографія змінила існуючий спосіб репрезентації моди. Її називають «подіумною свідомістю», бо її характеристикою є презентація. Тобто експозиція одягу та аксесуарів, а також фото звіт про різні модні події. Фактично, модна фотографія грає центральну роль в створенні такого феномена як мода.

У зв'язку з цим, виділимо, на наш погляд, найбільш крім інших, важливі складові сучасної fashion – фотографії. По – перше, фотографія має центральне значення в структурі соціокультурних відносин, вона приймає воістину планетарні масштаби саме в епоху ринкової економіки і, відповідно, в суспільстві масового споживання. Тепер модне зображення не тільки говорить про те, що надіти, а й її дії виходять далеко за межі ринку одягу, воно підпорядковує собі споживання послуги ЗМІ, творів літератури і мистецтва, форм поведінки дозвілля. Зміни які відбуваються зараз, не могли не відгукуватися в перетворенні моди, яка пов'язана і транслює видозміну культурних взірців і стандартів популярної поведінки. Таким чином, фотографія є невід'ємною частиною сучасної, модної культури, самим популяризованим, виразним засобом.

По – друге, модна фотографія усвідомлюється як самостійна діяльність, яка стоїть на кордоні мистецтва та бізнесу. Fashion – фотографія виділяється в окрему культурну практику, покликану обслуговувати як індивідуальну потребу в символічному володінні привабливими предметами споживання, так і запит соціуму на активізацію комерційного процесу. Фотографія в сфері моди виступає оператор інформації. Вона затребувана суспільством і як предмет мистецтва, цілком самодостатній, і як реклама в прямому і переносному сенсі. Спеціальна рекламна зйомка або, наприклад, фотозйомка моделей одягу, опублікована в глянцевому журналі, виступає не просто ілюстрацією того чи іншого стилю, але і прихованою рекламою даного одягу, її дизайнера, фірми виробника.

Сьогодні серед соціальних мереж саме Інстаграм набирає найбільшу популярність, як найкращим способом візуалізації продуктів моди. Fashion фотографія виступає засобом актуалізації віртуальної реальності, та відображенням форми реклами. Мета якої, підвищення обсягів продажів, та залучення нових покупців. Таким чином, фотографія поступово почала здійснювати функцію маркетингового ходу.

Модна фотографія, також переоснащена до естетичної сторони відображення форм і явищ, але представляє собою неоднорідне явище, яке характеризується великою кількістю різноманітних стилів, напрямків, що склалися на основі попередніх форм. Процес трансформації візуальних мистецтв і поява нових його форм можна розглядати як ланцюг послідовно виникаючих нових практик, які не замінюють собою попередні, але стають їх гармонійним продовженням.

Література:

1. Kawamura, Y. Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies. 2nd ed. New York: Berg Publishers, 2018.

---

Робота виконана під керівництвом доцента кафедри ХТЛПід Нікуліної А.В.