



Магдалена Кини

# Мода и реклама

**МАСТЕР-КЛАСС**

лучших  
фотографов мира

АРТ-РОДНИК



5

10

15

20

25

30

35

40

45

50

# Мода и реклама

Copyright©RotoVisionSA 2007

УДК 77  
ББК 85.16  
К 41

Оригинальное издание «Fashion&Advertising»  
(Magdalena Keaneу)

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена, заложена в активированную базу данных или продублирована для пересылки без получения предварительного письменного разрешения от издателя.

Перевод с английского И.Д. Голыбиной,  
А.Н. Степановой

Главный редактор издательства Т.И. Хлебнова  
Редактор Н.Н. Романова  
Художественный редактор Н.Г. Дреничева  
Технический редактор И.Г. Алексева  
Компьютерная верстка К.В. Логинов  
Корректор Л.И. Гордеева

Подписано в печать 25.07.07. Формат 250x250 мм  
Бумага мелованная гляцевая  
Гарнитура Парамонд. Печать офсетная.  
Тираж 3000 экз.

© Издательство АРТ-РОДНИК,  
издание на русском языке, 2007  
125319 Москва, ул. Красноармейская, 25  
Т./факс: (495) 151-2956; 151-4521  
125319 Москва, а/я 42  
info@artrodnik.ru  
www.artrodnik.ru

Отпечатано в Германии  
ISBN 978-5-9794-0022-8

Посвящается Джеймсу Кини, первому фотографу  
в моей жизни, – моему отцу.

Магдалена Кини

# Мода и реклама

АРТ-РОДНИК

**МАСТЕР-КЛАСС**  
лучших  
фотографов мира

# Содержание

## Введение

<sup>10</sup> **Джон Эйкенхерст**

Обнаженная натура

<sup>26</sup> **Ричард Буш**

Косметические продукты

<sup>42</sup> **Илейн Константин**

Композиция

<sup>56</sup> **Уоррен Дю Приз  
и Ник Торнтон-Джонс**

Цифровые технологии

<sup>74</sup> **Джейсон Эванс  
и Адам Хоув**

Фотограф и стилист

<sup>88</sup> **Дэн Холдсуорт**

Пейзаж

<sup>102</sup> **Алексей  
Любомирский**

Работа со знаменитостями

<sup>118</sup> **Тоби Макфарлан  
Понд**

Натюрморт

<sup>136</sup> **Сольве Сундсбо**

Студийная съемка

<sup>152</sup> **Пол Везерелл**

Естественное освещение

<sup>170</sup> **Справочник**

<sup>172</sup> **Список  
участников**

<sup>174</sup> **Предметный  
указатель**

# Введение

Так что требуется, чтобы сделать рекламу или модную фотографию? Книжки, в которых собраны подобные мастер-классы, показывают, что не существует однозначного ответа на этот вопрос. Талант, решение, видение мира, харизма, тяжелый труд и просто удача – все это важные элементы, но определить, какое их сочетание необходимо для успеха, пока не удалось. Попытки подражания какому-либо известному мастеру не приносят хороших результатов, потому что спрос в современном мире меняется очень быстро. Так что путь достижения цели не вполне ясен, да и сама цель достаточно неопределенна. Что конкретно можно считать успехом? Творческую свободу или долговечность карьеры? Выставку в престижной галерее или постоянные публикации? Или, возможно, просто покрытие арендной платы? Как говорит Джейсон Эванс, который когда-то, как и вы, был начинающим фотографом, «для того чтобы делать хорошую моду, вам не нужны шофер и капучино».

Несмотря на то что техническая квалификация фотографов, о которых я рассказываю, разнится – от самоучки до дипломированного специалиста, все они, за единственным исключением, начинали свою карьеру как ассистенты фотографов. Алексей Любомирский описывает четыре года работы на Марио Тестино так: «Это бесценный опыт. Было очень интересно увидеть, как он завоевал мир фотографии. Это была работа по 24 часа в сутки, семь дней в неделю. Мы делали все». Уоррен Дю Приз помогал фотографу Томасу Крайгеру и, помимо технических навыков, получил доступ к его творческому процессу. «Я изучил концепцию выполнения изображений и работы воображения. Это дало мне веру в себя и позволило следовать моим убеждениям. Моя работа ассистентом помогла мне открыть некоторые двери и оказаться в нужном месте в нужный момент». Илейн Константин, Джейсон Эванс и Сольве Сундсбо прежде работали на Ника Найта. (Ведущий нью-йоркский фотограф Крэйг Макдин также был в прошлом ассистентом у Найта.) Эванс так описывал свой опыт: «Моделирование и моментальный снимок. Определение по ходу дела разницы между юношеской точкой зрения и игнорированием золотых правил. Я целыми днями учился

у Ника Найта и Саймона Фокстона [стилист] <sup>1</sup>. В то время как Константин ассистировала Найту в течение относительно короткого периода времени, собирая собственное портфолио, после чего перешла к самостоятельной работе, Сундсбо работал с Найтом в течение многих лет. Он подчеркивает: «Все, что я сейчас делаю, окрашено тем опытом, который я получил, работая ассистентом. Те годы все еще сильно влияют на то, что я сейчас делаю».

Хотя начало истории модной фотографии датируется концом XIX столетия, только при усовершенствовании методов печати в 1920-е годы модные журналы вроде *Vogue* и *Vanity Fair*, отойдя от графических иллюстраций, начали привлекать фотографов для создания портретов и модных фотографий для тогдашних черно-белых и отнюдь не гляцевых страниц своих изданий. Оглядываясь в прошлое, на эти изображения, становится ясно, что императив красоты или стиля, хотя эстетически он и изменился, остался крайне важен для коммерческой жизнеспособности изображения. Как говорит Сундсбо, «обучаясь, вы начинаете понимать, что среди наиболее важного лежит тот факт, что ваша идея может быть сколь угодно хороша, но даже в конце дня человек должен выглядеть замечательно. Независимо от того, насколько хороши модные аксессуары, если человек выглядит ужасно, – вы проиграли. Никто не найдет фотографа, который не может сделать так, чтобы человек выглядел лучше, чем есть на самом деле».

В начале XXI столетия появилось много разнообразной пленки и бумаги, развиваются печать и методы постпроизводства, Интернет и, наиболее значительно, цифровые технологии, для которых не нужна пленка. В результате произошли существенные изменения в способах создания модной и рекламной фотографии. Эти эволюция и революция, начавшиеся с Photoshop в начале 1990-х, продолжают, но вопреки широко распространенному мнению, аналоговый процесс сохраняет свои позиции в коммерческой и издательской практике. Конечно, большинство фотографов, представленных в этой книге, все еще работают с поляридом и пленкой, так что большинство сюжетов, представленных в этой книге, были сняты на аналоговый носитель. Однако цифровая обработка стала практи-

<sup>1</sup> Джейсон Эванс. *W'Harper*, создано для сопровождения выставки *Real Life?*, Shoreditch Biennale, Лондон, 1998.

чески обязательной. Давно прошли дни, когда новаторский сюжет серии *Яйцо* Джона Эйкенкерста издавался без ретуши в стильном журнале *The Face* в 1993 году. Даже сторонник естественного света Поль Везерелл замечает, что, хотя ретуширование его сюжета *Самообслуживание* было минимальным, «возможно, стоило бы сгладить небольшие морщинки на лице или шее... В настоящее время, да, вы действительно использовали бы цифру. Журналы ожидают и хотят этого». Доверительные отношения с ретушером, который понимает эстетические предпочтения фотографа, сегодня являются одной из важнейших движущих сил в современном редакционном создании изображений.

Это предельно важно для формирования и поддержания успешной карьеры в моде и рекламе, что было подчеркнуто в каждом интервью, представленном в этой книге. Как пронизательно замечает Уоррен Дю Приз, «вашу жизнь изменит не найденный агент, вашу профессиональную жизнь изменят отношения – отношения с арт-директорами, журналами и клиентами». Эта охватывающая весь мир промышленность с творческими центрами в Нью-Йорке, Лондоне и Париже, удивительно компактна. Как только вы начинаете замечать подписи к фотографиям в журналах, вам вскоре становится очевидно, что существует удивительно небольшое количество фотографов, стилистов, парикмахеров и визажистов, работающих на небольшое число изданий, в большинстве случаев представленных ограниченным числом агентов известных фотографов. Никто не мог бы сказать об этом точнее Тоби Макфарлана Понда: «Никто не захочет работать с тяжелым человеком, и этим все сказано о вашей репутации. Люди все равно узнают, что вы делаете. Это невероятно конкурентный мир, и он очень субъективен. Если работа идет ужасно, то в конце дня ответственность за нее будет лежать на фотографе».

О важности репутации при получении хорошей работы ясно говорит тот факт, что за последнее время всего горстка известных фотографов – Стивен Мейзель, Марио Тестино, Дэвид Симс, Крэйг Макдин; Инес Ван Ламсверде и Винуд Матадин, Март Алас и Маркус Пигготт – выполняла съемки для большинства ведущих кампаний и

марок, таких как Balenciaga, Calvin Klein, Dolce & Gabbana, Prada, LouisVuitton, Valentino, Gap, Jil Sander и Miu Miu. Из них Мейзель, Макдин, Инес и Винуд представлены Art and Commerce – высококлассным нью-йоркским агентством. Тестино, Симс, Мерт и Маркус представлены Art Partner, агентством, основанным в 1992 братом Марио – Джованни Тестино. Все они сотрудничают с традиционно доминирующими изданиями Condé Nast, а также в избранных относительно новых периодических журналах <sup>2</sup>. Эти журналы общаются с уже заинтересованной, грамотной аудиторией. Нередко подобные выпуски содержат несколько дюжин модных фотографий одного и того же фотографа, являющегося членом творческого коллектива, создающего материалы, пользующиеся максимальным спросом и имеющего в своем портфолио массу снимков, становящихся козырной картой публикации. В наше время их появление является важным определяющим признаком модной и рекламной фотографии; отход от содержания и подачи необрабатываемого материала в журналах начала 1990-х, воплощенный *The Face*, *i-D* и *Dazed & Confused*. В то время как *The Face* теперь, к сожалению, более не существует, *i-D* продолжает поддерживать веру в творчество, несмотря на увеличивающееся давление модных имен и роскошных рекламных марок. *Dazed & Confused* также движется вперед, эмпирически нащупывая правильный путь, по-прежнему делая заказы фотографам, относительно неизвестным или сделавшим имя совсем недавно, выпустив журнал *Another Magazine*, чтобы обслужить рынок искушенной, высококачественной высокой моды. *Tank*, хотя и является более новым изданием, поддерживает подобное «более храброе отношение к молодым талантам». Редактор-учредитель Масуд Голсорхи сформулировал свою задачу как научные исследования и разработку новой платформы для модной фотографии <sup>3</sup>.

Я всегда считала, что фотографу очень важно иметь известное имя. Узнали бы вы Энн Лейбовиц или Дэвида Бэйли, если бы они нацелились в вас своей камерой посреди улицы? Это забавно, что мы сразу узнаем лица и предметы, которые они популяризируют, но редко знаем фотографа иначе, чем по его работам. Иногда, на осно-

<sup>2</sup> Включая *V и Vir* (США); *Pop*, *Arena Homme Plus*, *GO Style* и *10* (Великобритания); *Purple* и *032C* (Германия); *Self Service* (Франция) и *Doing Bird* (Австралия).

<sup>3</sup> Интервью с Масудом Голсорхи, *Metro*, 29 июня 2006. С. 17.

вании особенно длительных или успешных рабочих отношений, имя фотографа становится прочно связанным с конкретной маркой или личностью: Сесил Битон и Одри Хепберн в 1960-х, Гай Бурден и ботинки Чарлза Джордана в 1970-х, Эрб Риттс и Мадонна в 1980-х, Марио Тестино и Диана, принцесса Уэльская, в 1990-х, Ник Найт и Диор – в 2000-х. Найт прокомментировал свои отношения с Диором так: «Джон [Гальяно] и я создали собственный язык, когда говорили о Диоре. Например, мы начинали обсуждать линзу, которую мы будем использовать, и что получится в результате. Я отношусь к этому очень серьезно, потому что мои изображения разойдутся по всему миру. Образ Диора присутствует везде»<sup>4</sup>.

Но все же в этом есть значительное противоречие. Имя выделяет автора из прочих, но модная и рекламная фотография является результатом творческого сотрудничества между дизайнерами, арт-директорами, парикмахерами, визажистами, моделями, типографами и ретушерами. Хорошая команда столь же важна для получения успешного изображения, как правильно выбранные камера, освещение и экспозиция. Джо Маккенна, один из самых влиятельных и творческих фигур в этой области, говорит: «Я большой сторонник команды. Я чувствую, что многих больших фотографов подводит то, что они не подобрали себе хорошую команду»<sup>5</sup>. Мода и реклама, безусловно, очень плюралистичны и, несомненно, отражают вкусы своего времени. До некоторой степени именно это делает многие изображения устаревшими, но во многих случаях это также то, что придает истории ее специфическую силу или остроту. Фотографы моды часто черпают вдохновение и идеи из того, что происходит вокруг них: их друзья, люди, которых они видят на улице, клубы или бары, музыка, которую они слушают. Такие визуальные и культурные ключи можно заметить в работе Аласдайра Маклиллана, который начинал с того, что снимал своих друзей в родном городе Донкастер в Великобритании. Глубоко личные и прекрасно освещенные портреты времен юности, которые он позже собрал и использовал в качестве своего первого портфолио, стали пробным камнем в его подходе к редакционной и коммерческой работе, хотя теперь он

делает снимки топ-моделей по всему земному шару. Когда он снимал две отдельные обложки и несколько сюжетов для выпуска *Молодежь i-D* (ноябрь 2006), его видение было описано журналом так: «Новый и вдохновляющий взгляд на молодежные темы... пронизывает весь выпуск от передней страницы обложки до последней... проект, который определяет его время». Дэвид Симс, который, подобно Коринн Дей и Илейн Константин, привнес собственную эстетику в редакционную и коммерческую фотографию в 1990-х, объяснил, что на него сильно повлиял известный фотограф Диана Арбас. Однако отправной точкой для одного из его самых известных снимков модели, одетой только в шорты и с шарфом на лице (сделанный для рекламной кампании Хельмута Ланга), было видео «Грабители банка» Кэша<sup>6</sup>. Константин вспоминала: «Когда я начала делать модные фотографии для *The Face*, это была реакция против типичной девочки в студии, смотрящей вдаль на среднем расстоянии, надувающей губы и пытающейся выглядеть интересной. Это было похоже на полную антитезу всего, что я чувствовала в том возрасте. Я хотела отобразить волнение, все то, что я делала или испытывала, когда мне было 16 лет».

Подобно многим другим фотографам, Ричард Аведон находил идеи и визуальные связи в картинах и истории искусства. Сам он очень четко сформулировал это относительно работы Эгона Шеле, чей простой фон, легкость, сексуальность и действие можно заметить на его снимках Джинн Шримптон 1970-х<sup>7</sup>. «...Первое, что я увидел у Шеле, была некоторая марионеточность образов... Я понял, что Шеле использовал явное отклонение от нормы, чтобы создать новый выразительный язык, более убедительный, чем традиционный инвентарь художника...»

Аведон был, вероятно, тем фотографом, которого чаще всего упоминали в моих беседах при работе над этой книгой, и его работы были на книжных полках студий почти всех фотографов, которые я посетила. Неудивительно, он собрал и жил с обширным собранием фотографий, включающим важные работы Арбуса, Ирвинга Пенна и Питера Худжара, а также историческими изображениями

4. Робин Муир. Создатели образов: Ник Найт // Британская версия *Vogue*. Сентябрь 2006. С. 339.

5. Эшли Хит. Джо Маккенна // *032e*: Эшби 2006 / 2007. С. 142.

6. Мюррей Хилл. Расстрел юности: подборка подростковых портретов из личного архива Дэвида Симса // *Pop*. Весна-лето 2005. С. 247.

7. Ричард Аведон. Чужие собаки // *Портреты Ричарда Аведона*. Метрополитэн музей и Гарри Н. Абрамс. Нью-Йорк, 2002.

ми Джулии Маргарет Камерон, Надара и Барона Адольфа де Мейера<sup>8</sup>.

Аведон учился вместе с Алексеем Бродовичем в знаменитой Лаборатории дизайна в Нью-Йорке. Бродович, бывший с 1934 по 1958 год арт-директором *Harper's Bazaar*, был критичен к пониманию и восприятию образов Аведона и, как говорят, предупредил его относительно «демонизма коммерческой фотографии... утомительного и разрушительного маленького мифа о том, что фотографы, делающие свои деньги на распродаже платьев и духов, не могут быть столь же серьезными, как те, кто живет на гранты и скудные прибыли от книг». Многих современных фотографов невозможно классифицировать, отнеся либо к лагерю модных фотографов, либо к группе мастеров высокого искусства.

Фотографы вроде Вольфганга Тиллманса, Юргена Теллера, а также Инес ван Ламсвеерде и Винуда Матадина выполняют работы для художественных галерей, модных журналов, а также для обложек дисков. Для Инес ван Ламсвеерде «страницы журналов – это то же самое, что стены галерей, поскольку я независима на рынке. Я чувствую себя счастливой, поскольку у меня есть возможность выбирать место встречи с каждой идеей... И там, и там я могу говорить о времени, в котором мы живем, везде образы могут быть многослойными и читаться на множестве различных уровней». Недавно Том Хантер стал первым фотографом, добившимся сольной выставки – «Жизнь в аду и другие истории» в Национальной галерее Лондона, через месяц после которой он сделал свою первую модную фотосерию для британской версии *Vogue*<sup>9</sup>, в художественной практике фотограф Дэн Холдсворт применяет совершенно разные подходы для пейзажной фотографии и рекламных съемок, позволяющих ему финансировать его личные проекты и выставки.

Поскольку фотография моды главным образом мимолетная, в буквальном смысле сезонная, безусловно, можно обсуждать характеристики, подходы, влияния и новаторские приемы фотографов, карьеры которых сложились в течение последних нескольких лет. Мои беседы с фотографами, в которых обсуждается специфика подхода к ра-

боте, – использование естественного освещения, работа в студии, работа с цифровыми платформами, – составляют основу каждого раздела. В то же время никто бы не был удовлетворен, если бы этим все и ограничилось или если бы творчество фотографа определили как деятельность по изготовлению изображений. Например, Тоби Макфарлан Понд несомненно является одним из наиболее опытных и креативных фотографов натюрморта, и все же он не считает подобное определение правильным: «Если вы работаете в коммерческой среде, как и я, то то, что вы делаете, конечно, влияет на вас, но все же я не думаю о себе как исключительно о фотографе натюрморта... Я не только снимаю натюрморты, я, скорее, делаю абстрактные образы для обложек дисков... Я полагаю, что занимаюсь решением проблем». Аналогично, хотя Ричард Буш стал известен в последние годы своими работами в сфере моды, он не видит себя исключительно модным фотографом. Большинство фотографов соглашаются с тем, что творческие изыскания должны быть представлены предполагаемым клиентам на коммерческом рынке в рамках логической структуры. В то время как каждый выпуск, каждая кампания, каждый сезон должны ознаменовываться переменами, движением и новизной, они также требуют наличия некоторой степени стабильности, чтобы стиль или видение было опознаваемым. Уоррен Дю Приз, действовавший и как торговый представитель, и как автор-разработчик, замечал, что «обычные люди стремятся к устойчивости и путаются, если вы одновременно показываете в своей книге портреты, моду и натюрморт».

При создании этой книги я взяла интервью у фотографов, которых я считаю десяткой лучших современных мастеров, имеющих различные подходы и техники. Я охватила все самое практичное и поучительное, в то же время признавая бесполезность и нежелательность попыток просто повторить представленные работы. Пользуйтесь своим воображением. Делайте ошибки. Ухватитесь за возможности и связи, которые дадут вам труд и навык, и двигайтесь с ними дальше, не беспокоясь, что они кажутся слишком небольшими. Радуйтесь, и, как однажды великолепно и просто Бродович попросил Аведона: «ПОРАЗИТЕ МЕНЯ»<sup>10</sup>.

Магдалена Кини

8. *Взгляд очевидца: Коллекция Ричарда Аведона*. Галерея Рэсе/Маорил. Нью-Йорк. 30 августа – 16 сентября 2006 г.

9. Том Хантер. «Жизнь в аду и другие истории». Выставка в Национальной галерее Лондона, 7 декабря 2005 – 12 марта 2006 года. Его первый снимок для британской версии *Vogue* был опубликован в январе 2006 г.



Джон Эйкенхерст изучал фотографию в политехническом колледже «Трент» в Ноттингеме, Великобритания. В колледже он увлекся дизайном и модой, что и обусловило выбор направления его творчества. В Нью-Йорке Эйкенхерст работал ассистентом у Альберта Уотсона, а затем вернулся в Лондон и начал собственную карьеру, делая фотографии для обложек журналов. Его первым крупным достижением стала серия снимков под названием *Яйцо* (*The Egg*), опубликованная в журнале *The Face* в 1993 году. Абстрактный подход, использованный фотографом в этой серии, стал определяющим признаком его работ, в которых основной упор делается на человеческое тело, его формы и объемы. На творчество Эйкенхерста оказали влияние такие мастера, как Билл Брандт, Эдвард Уэстон и Ирвинг Пенн. Эйкенхерст работает в области рекламы и моды, а также снимает обнаженную натуру: среди его клиентов Cacharel, Gap, Nina Ricci, Aveda, Kylie underwear, Michael Kors. Фотографии Эйкенхерста публикуются в британском, французском, японском и китайском изданиях *Vogue*; в журналах *The Face*; *Arena Home Plus*; *Pop*; *Numero*; *10*; *Big*; *Self Service*.

Эйкенхерст часто снимает обнаженную натуру, делая фотографии для индустрии моды и рекламы. Серией *Яйцо* он продемонстрировал, что обнаженная натура может быть представлена в концептуальной форме и опубликована на страницах журнала, сохранив при этом узнаваемые очертания. Эта серия стала прорывом в области фотографии-ню; она была слишком провокационной даже для журнала *The Face*, который публиковал работы молодых фотографов-экспериментаторов. Она призывает зрителя включить свое воображение; фотограф здесь снимал то, что хотел видеть сам, не приспосабливаясь к ожиданиям аудитории.

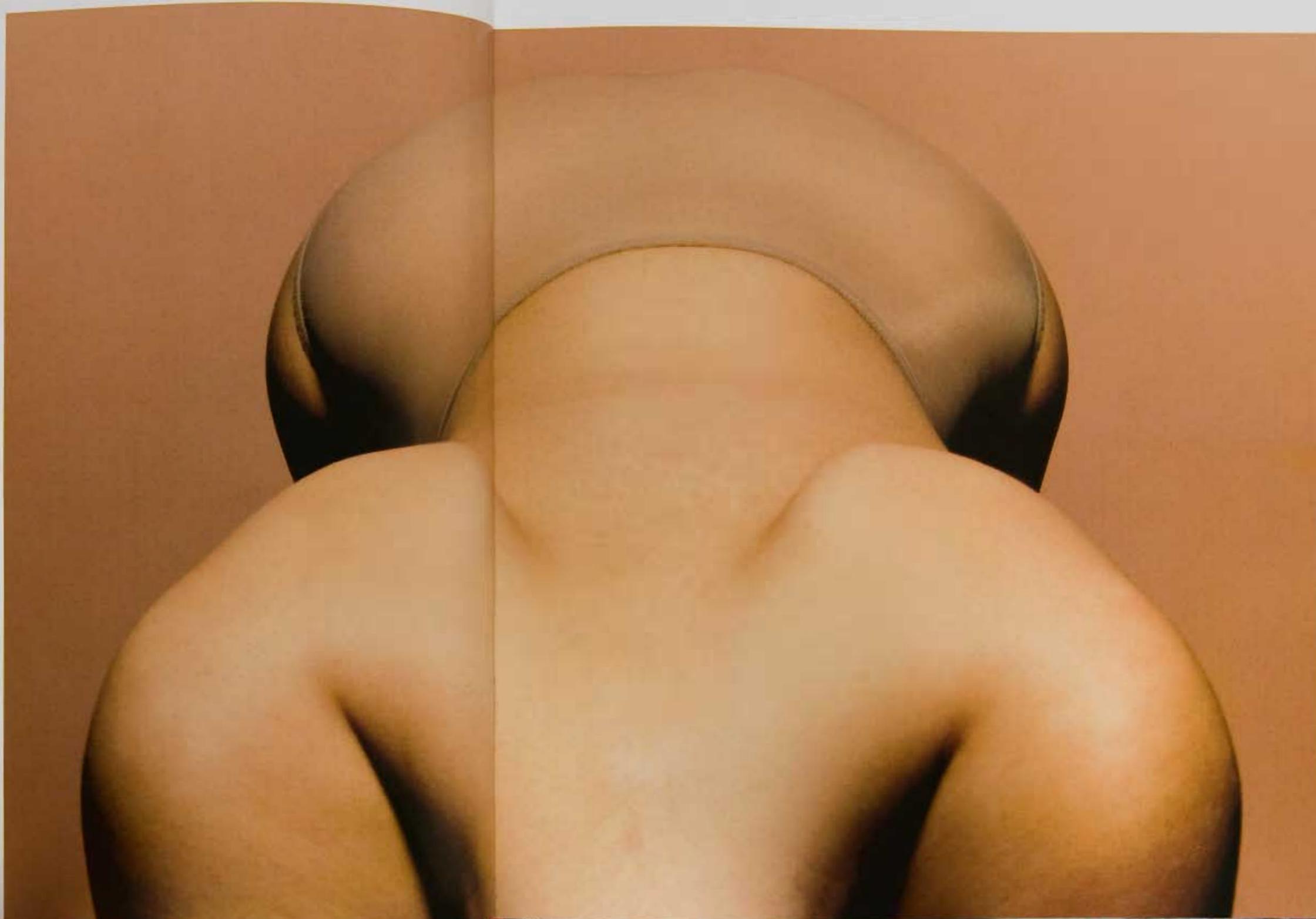
Публикация этой серии вызвала большой резонанс. Эйкенхерст начал получать заказы от модных брендов самого высокого класса. Не желая стоять на месте, он начал разрабатывать более сложную систему освещения для своих снимков, что отчетливо прослеживается в его снимках Либерти Росс для журнала *Harper's Bazaar*; кроме того, он позволил личности и характеру модели проявиться в своих работах. Съемки обнаженной натуры являются отдельным направлением работы этого фотографа, который использует ее и в коммерческих проектах, например в рекламе нижнего белья и купальных костюмов, а также включает в рекламу духов и косметических продуктов.

**М.К.:** Я хотела бы начать с вопроса о вашем портфолио. Как оно выглядит? Вы снимаете для индустрии моды и рекламы, работаете с обнаженной натурой, и мне интересно, как все это сочетается в одном портфолио.

**Дж.Э.:** У меня несколько портфолио. Некоторые сделаны специально для демонстрации в Нью-Йорке, некоторые – для Лондона. Был момент, когда я разделил портфолио, сделал несколько с модными и рекламными снимками, и несколько – с обнаженной натурой. Однако по прошествии времени я понял, что это довольно неудобно, и выделил портфолио с косметическими продуктами, а в остальные включил разные снимки. Они распределены по разделам, которые переходят один в другой. Вы начинаете с моды, а затем переходите к косметическим продуктам, в конце – обнаженная натура. Конечно, для съемок одежды и обнаженного тела требуются совершенно разные подходы, равно как и для съемок макияжа и причёсок. По-моему, съемки для косметических продуктов и модная фотография все чаще пересекаются между собой. Я продолжаю снимать обнаженную натуру, постоянно расширяя свой репертуар. Мне нравится делать абстрактные фотографии-ню, однако здесь есть определенные пределы; кроме того, я включаю элементы обнаженной натуры в свои коммерческие проекты. Я постоянно прибегаю к разным приемам, стараюсь, чтобы разные направления моей работы подпитывали друг друга. Я люблю снимать одежду, люблю ткань с ее разнообразием узоров и текстур. Мне нравятся мода и дизайн, именно с них и начинал свою работу. В колледже я познакомился со студентами, учившимися на факультете дизайна, и сотрудничество с ними стало для меня источником вдохновения.

#### Яйцо

Опубликовано в журнале  
*The Face*, август 1997.  
Глядя в объектив, я ищу нужную форму. Мне необходимы визуальные элементы, задающие глубину изображения.





#### Яйцо

Опубликовано в журнале  
*The Face*, август 1987  
Я не просто фиксирую мод-  
ный образ, я пытаюсь раз-  
вить его, превратить в нечто  
большее.

**М.К.:** Каков ваш взгляд на взаимодействие фотографии и дизайна? Думаю, для вас фотосъемка – это не просто фиксация визуальных образов, но и творческий процесс, позволяющий в выгодном свете представить дизайнерскую идею.

**Дж.Э.:** И то, и другое. Вы фиксируете объект и одновременно сним – чувства и идеи дизайнеров, а также закладываете основу для формирования новых идей, для следующего сезона. Люди смотрят журналы, изучают старые стили – мода развивается циклично. Думаю, творчество и фиксация визуальных объектов идут рука об руку. Вы снимаете одежду и одновременно создаете новый образ, и необязательно тот, который запланировал дизайнер. Вы не просто запечатлеваете моду – вы помогаете ей развиваться.

**М.К.:** Вы упоминали, что работаете в разных направлениях и используете разные подходы. Расскажите о них. Чем отличаются, например, съемки обнаженной натуры?

**Дж.Э.:** Когда вы снимаете обнаженное тело, вам не надо беспокоиться об одежде и о том, как она будет выглядеть на фото, вы можете снимать формы в чистом виде. Глядя в объектив камеры, я ищу нужную форму. Мне необходимы визуально броские объекты, задающие глубину изображения. Некоторые небольшие элементы приносят в снимок настроение. Снимая одежду, нужно задавать настроение, историю или чувство. Здесь речь идет, скорее, о передаче характера, кроме того, вы должны постоянно следить, чтобы одежда оставалась на первом плане. У меня же более широкий подход к модной фотографии. Я предпочитаю абстрактные снимки, хотя клиенты часто требуют больше конкретики. В конце концов нам удается прийти к компромиссу. Вообще, между абстрактной и коммерческой съемкой нет четко определенных границ.

**М.К.:** Работая в разных жанрах, вы привлекаете одну и ту же команду? Я имею в виду стилистов, парикмахеров, гримеров.

**Дж.Э.:** Не всегда. У меня есть несколько главных помощников, которые работают со мной всегда. Я предпочитаю положиться на них и сосредоточиться на основной идее съемки. Я неоднократно пытался сократить количество персонала, однако любому профессиональному фотографу необходима собственная команда. Даже если на фото модель выглядит так, будто на ней нет грима, кожу все равно нужно увлажнить и покрыть тоном. То же самое касается прически – волосы могут выглядеть растрепанными, но и этот эффект достигается за счет специальных усилий. Распущенные волосы, выглядящие естественно, – плод долгой работы парикмахера. Все эти составляющие весьма важны для создания нужного образа.



...иногда следует при  
съемках обнаженной натуры?

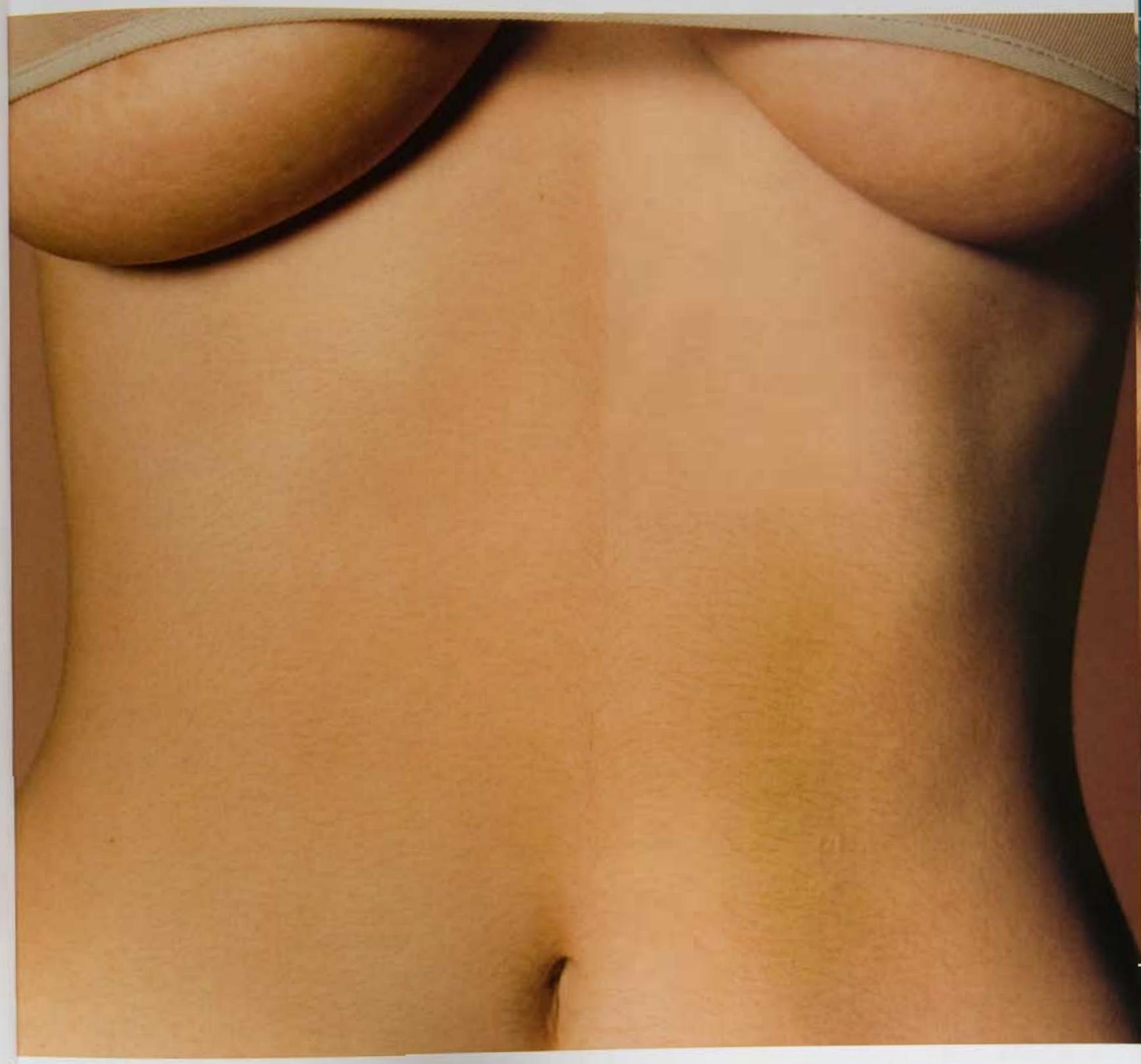
**Дж.Э.:** Я думаю, нужно просто внимательно смотреть на объект съемки и думать о том, что вы пытаетесь передать – свет, тень, отблеск... Хотите ли вы, чтобы на первом плане была чувственность или пытаетесь добиться графического эффекта. Именно из этого и следует исходить. Я многому научился у Альберта Уотсона (известного модного и рекламного фотографа, работающего в индустрии с 1970-х), когда был у него ассистентом. Он великолепно работал с освещением. Развиваясь как фотограф, ты постепенно осваиваешь новые приемы, пробуешь новые техники. Удачные продолжаешь использовать, от неудачных отказываешься или ищешь им новое применение. Это творческий процесс, ошибки в нем неизбежны, и, работая над ними, ты постепенно добиваешься все более качественных результатов. Каждый день ты находишь нечто новое. Ты делаешь снимок поляроидом, и он оказывается великолепным, однако когда позднее ты пытаешься повторить его при другом освещении, он не удается. В фотографии очень важна спонтанность. Большое значение имеет выбор модели. Обычно я предпочитаю снимать девушек с пышными формами, а не худышек

**М.К.:** Серия *Яйцо*, отснятая вами для журнала *The Face*, – один из первых ваших экспериментов с обнаженной натурой. Она вызвала огромный резонанс. Для своего времени эти снимки были поистине новаторскими. Как вам пришла в голову идея этой серии?

**Дж.Э.:** Это была моя первая полноценная серия работ для крупного журнала. До этого я делал только обложки. Я снял ее в 1997 году – мне хотелось сделать нечто, отличающееся от моих предыдущих работ, поскольку все они были, в общем-то, похожи между собой. Я решил, что фотографии должны быть абстрактными, чтобы лица модели не было видно. С этой идеей я пошел к стилисту Шарлот Стокдейл. Кажется, это была наша первая совместная работа. Она выбрала для съемок белье телесного цвета. Мы поговорили о подборе моделей и сошлись на том, что они не должны быть слишком худыми. Фотографии было решено делать в одном тоне, на фоне задника телесного цвета, в студии. Я снимал со стандартным объективом, с достаточно близкого расстояния, чтобы тела получались крупными. Мне хотелось, чтобы плоть заполняла весь кадр.

#### **Яйцо**

Опубликовано в журнале *The Face*, август 1997.  
Это творческий процесс, ошибки в нем неизбежны, и, работая над ними, ты постепенно добиваешься все более качественных результатов.



**М.К.:** Если вы снимали подобную серию откровенно основываясь на вашем решении использовать стандартный объектив с близкого расстояния? Откуда вы знали, что это сработает?

**Дж.Э.:** Кажется, другого объектива у меня тогда вообще не было! В принципе, я мог взять еще один на прокат, но этот объектив мне нравился. В то время работал чаще всего с объективами Mamiya 90 и 110 мм. Брал тот, с которым, как мне казалось, можно добиться лучших результатов, и пробовал. Я и сейчас так делаю.

**М.К.:** А какой вы использовали свет?

**Дж.Э.:** Освещение было самое простое. Один софит, направленный над головой модели. Свет падал на задник, модель стояла очень близко к нему. Снимки никак не обрабатывались. Тем не менее они получились очень хорошо. Они были размером 10 x 8 дюймов и прямо в таком виде отправились в *The Face*. Их напечатали на бумаге Fujiflex, очень качественной, мягкой, глянцевой. Я не люблю срезать края фотографий. Стараюсь сохранять их в том виде, в котором они были сделаны. Поэтому, такие снимки впечатляют сильнее.

**М.К.:** Вы продолжили развивать абстрактный подход к съемкам обнаженной натуры и в дальнейшем даже использовали его в коммерческой съемке.

**Дж.Э.:** Да, этот подход мне очень близок. Однако развить его было не так легко. Представляя объекты в абстрактной форме, можно размыть их до полной неузнаваемости. Я действительно стал применять абстрактную обнаженную натуру в коммерческой фотографии, однако это для меня — отдельное направление со своими законами. В таких съемках необходимо показывать лицо модели. После серии *Яйца* мы с Шарлот (Стокдейл) снимали Либерти Росс для журнала *Harper's Bazaar*. Думаю, редакторы *Harper's Bazaar* увидели снимки в *The Face* и захотели опубликовать похожую серию, однако в более рафинированном, «глянцевом» стиле. Снимки снова были в телесных тонах, на нейтральном фоне, сделанные с близкого расстояния. Освещение я использовал схожее, хотя немного его усложнил. Мне очень понравилось работать с Либерти Росс, потому что она отлично чувствует камеру; вообще, это очень умная девушка. Мейкап делала Вал Гарланд, прическу — Малькольм Эдвардс; оба они многое привнесли в нашу работу. У нас сложилась великолепная команда. В результате получился коммерческий вариант *Яйца* в телесных тонах и слегка абстрактном стиле.

#### Либерти Росс

Опубликовано в журнале *Harper's Bazaar*, январь 2000. Мейкап делал Вал Гарланд, прическу — Малькольм Эдвардс; оба они многое привнесли в нашу работу. У нас сложилась великолепная команда.



**Либерти Росс**

Опубликовано в журнале *Nature's Vogue*, январь 2000. Встретив абстрактную обнаженную фигуру в модные съемки, можно добиться неплохих результатов, однако это будет уже новое направление фотографии.

**М.К.:** Вы усложнили освещение, чтобы создать более утонченные снимки?

**Дж.Э.:** Да. Наверное, так. У меня были новые идеи, которые мне хотелось опробовать. Фотографии получились более изысканными. Постепенно я оттачивал свою технику. Кроме того, мотив в этой серии тоже другой. На снимках присутствует лицо, зритель видит, что это Либерти. Фотографии должны были выглядеть элегантно. Журналу *The Face* требовалась новаторская неожиданная серия, которая удивила бы читателя. В отличие от этого работа для известного глянцевого журнала подразумевает некоторые границы.

**М.К.:** Затем этот же стиль вы применили в рекламе. Как вы работали над снимками для Michael Kors?

**Дж.Э.:** Со мной работали арт-директор Фабиен Барони и редактор Карл Темплер. Фабиен хотел создать нечто новое, однако он взял некоторые характерные элементы моих работ – много плоти, нейтральный телесный цвет фона. Он руководил мной, однако давал достаточно свободы. Карл также внес большой вклад в нашу работу. Это плод нашего совместного творчества. Мы выбрали верную концепцию и нашли подходящую команду для создания идеального рекламного образа этих духов. Фабиен так много знает о фотографии и дизайне, что подталкивает вас в нужном направлении даже без вашего ведома, при этом позволяя сохранять собственный стиль. Съемки получились очень удачными.

**М.К.:** Каковы основные этапы на пути от Яйца до рекламы духов Michael Kors?

**Дж.Э.:** Освещение я использовал такое же, как при съемках Либерти Росс, только с более сильным софитом. Выполняя коммерческую работу, ты уже не можешь позволить себе делать все, что хочешь. Обычно мы с Шарлот поступали так, как считали нужным. Мы отлично понимаем друг друга. Но при рекламной съемке нужно принимать в расчет ее коммерческое предназначение. Тем не менее мы располагали определенной степенью свободы. Это все-таки не работа по брифу, когда вас могут попросить взять ваш снимок и переделать в нем некоторые элементы.

**М.К.:** Какие элементы снимков для Michael Kors были продиктованы коммерческой необходимостью?

**Дж.Э.:** Мы снова работали в абстрактном стиле: в кадре было много плоти, основной тон – бежевый. В этом смысле никаких ограничений, продиктованных коммерческой необходимостью, у нас не было. Необходимо было следить, чтобы цвет фона и кожи девушки как можно меньше отличались друг от друга. Мы хотели, чтобы снимки получились чувственными, но не «сырыми». В серии Яйца мы исключали из кадра голову лица. Работая для рекламы духов, вы уже не можете снять абстрактное изображение тела, здесь необходимы другие приемы. Форма должна соответствовать идее.



**Либерти Росс**

Опубликовано в журнале *Harper's Bazaar*, январь 2000. Мне очень понравилось работать с Либерти Росс, потому что она отлично чувствует камеру, вообще, это очень умная девушка.

**М.К.:** Итак, мы подошли к вашим последним работам, опубликованным во французском и китайском изданиях *Vogue*, где вы еще немного увеличили расстояние между моделью и объективом камеры.

**Дж.Э.:** Я увеличил его, поскольку хотел, чтобы в кадре была видна модель. В смысле формы — это по-прежнему абстракция, однако она несет больше информации. Лили Коул, которую я снимал для китайского издания *Vogue*, — обладательница очень светлой, белоснежной кожи. Мы использовали специальный грим, чтобы сделать ее кожу еще блее. Мы также использовали для задника бумагу цвета бледной слоновой кости, в тон ее кожи. Модель залита светом, теней на снимке совсем мало, она словно растворяется в фоне. Я хотел, чтобы ее силуэт выглядел так, словно он выгравирован на бумаге. Я по-прежнему сторонник простоты и чистых линий.

**М.К.:** Как вы доносите до моделей свои идеи?

**Дж.Э.:** Я объясняю им, чего хочу добиться, а затем позволяю развить мои замыслы. Мне нравится привлекать их к сотрудничеству. Иногда вы руководите ими, иногда обнаруживаете ракурсы более выигрышные, чем те, которые задумали заранее. Лучшие снимки — это результат совместной работы. Вы наверняка удивились бы, если бы узнали, насколько процесс съемки обнаженной натуры лишен для меня эротического подтекста. Мы не то чтобы холодно друг с другом, просто общаемся формально. Фотографии могут получаться чувственными, однако они не несут такой сексуальной нагрузки, как работы Хельмута Ньютона или Гая Бурдена.

**М.К.:** Если молодой фотограф придет к вам и спросит, как проследить в вашей индустрии, что вы ему ответите?

**Дж.Э.:** Первым делом спрошу, зачем ему это нужно. Он должен интересоваться модой и дизайном, а не гнаться за славой. Должен знать, что любит делать и почему. В начале своей карьеры я мог с уверенностью сказать, что буду снимать, а что — нет.



**Лили Коул**

Опубликовано в китайском издании журнала *Vogue*, апрель 2006. Лили Коул, которую я снимал для китайского *Vogue*, — обладательница очень светлой, белоснежной кожи. Мы использовали специальный грим, чтобы сделать ее кожу еще блее. Мы также использовали для задника бумагу цвета бледной слоновой кости. Я хотел, чтобы ее силуэт выглядел так, словно он выгравирован на бумаге.



Чтобы снимать такие графичные, абстрактные фото, Эйкенхерст использовал простое освещение с одним софитом, направленным вверх головы модели. Поскольку съемка велась с близкого расстояния на фоне задника телесного цвета, свет падал и на задник, и на модель, усиливая эффект «тон-в-тон».

#### Оборудование

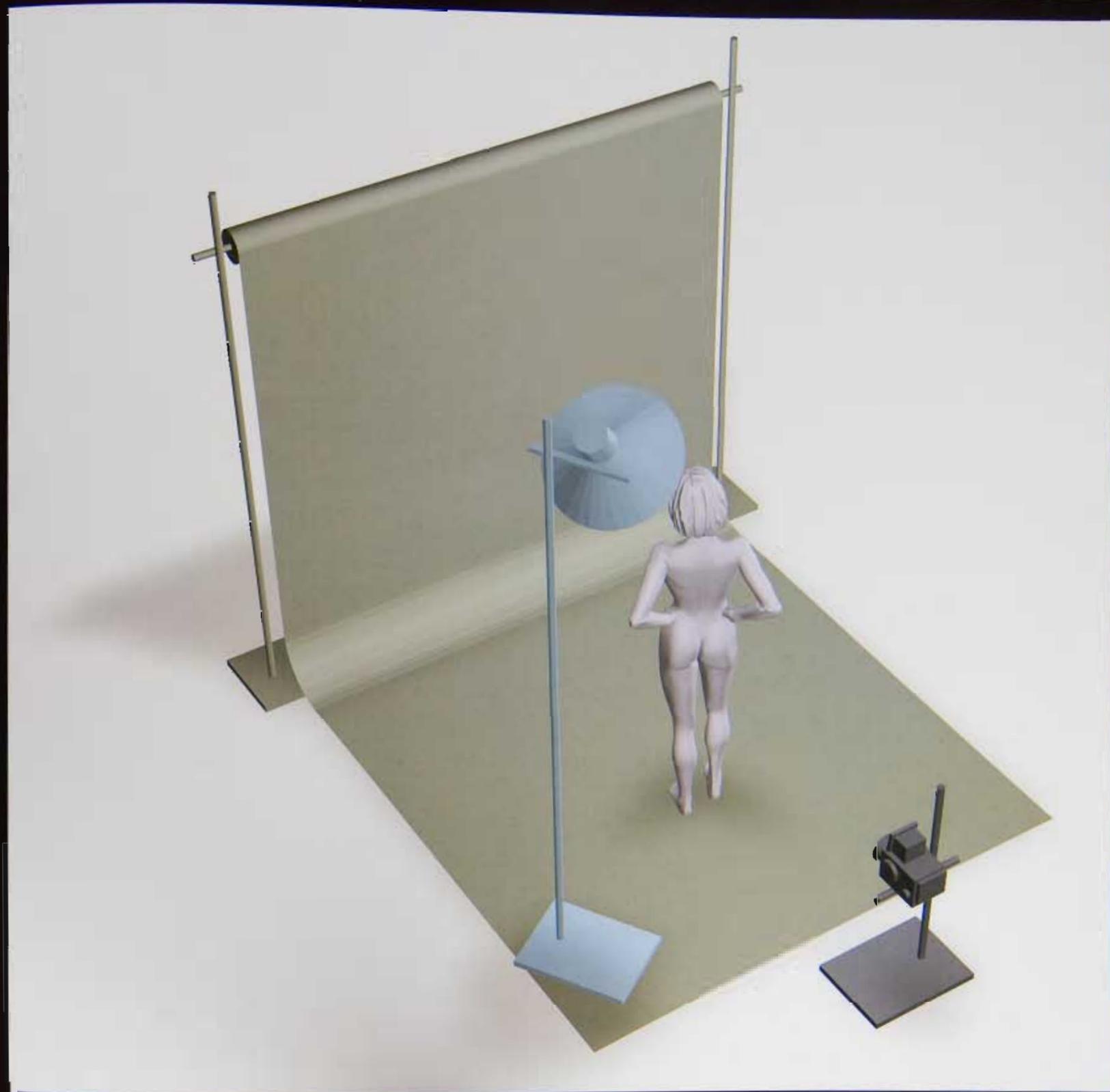
- Экспозитометр Minolta IV
- Монтажный набор с ножницами, зажимами, клейкой лентой и пр.
- Фотооборудование: Mamiya RZ корпус x 2 с креплениями, объективы 90, 110, 140 и 180 мм
- Пленка x 4 (при съемке на пленку)
- Поляроид x 2
- Стул
- Штатив из углепластика с большой плоской головкой

#### Спецификация

КАМЕРА: Mamiya RZ67 с объективом 110 мм  
 СВЕТ: Profoto 2400, комплект, Profoto «тарелка»  
 ПЛЕНКА: Kodak Portra 160NC  
 ВЫДЕРЖКА: вспышка, f/22

#### Литература

*Dancer*, IRVING PENN, Nazraeli Press, 2002  
*Fighting Fish, Fighting Birds*, HIRO, Harry N. Abrams, 1990  
*Guy Bourdin: 67 Polaroids*, GUY BOURDIN, It'S Publishing, 2004  
*Photographies 1997–1998*, VALERIE BELIN, Artothèque de Caen, 1999  
*Souvenirs Improbables*, SARAH MOON, Delphire, 1981  
*Trouble and Strife*, DAVID BAILEY, Thames & Hudson, 1980  
*Weston's Westons: Portraits and Nudes*, THEODORE STEVENS, Museum of Fine Arts Boston, 1990



# Ричард Буш



## Косметические продукты

В лондонском Кингз Колледже Ричард Буш изучал французскую литературу. Фотографию он освоил самостоятельно и сделал головокружительную карьеру, став одним из самых известных фотографов начала XXI века, работающих для косметических брендов. Все началось с того, что он принес свое портфолио в одно из рекламных агентств, которое порекомендовало его работы журналу *Creative Review*. Журнал включил их в свой специальный выпуск *Creative Features* вместе с работами лучших фотохудожников. Благодаря этому Ричард Буш познакомился и начал сотрудничать с прославленным мастером причесок Юджином Сулейманом и визажистом Вэл Гарланд. Снимая для лидеров косметической индустрии, он поработал с лучшими парикмахерами и визажистами своего поколения. Буш открыт для экспериментов, отлично чувствует свет и композицию, а также активно использует возможности цифровой обработки изображений. Его работы выглядят простыми и одновременно привлекают взгляд благодаря необычным углам, противопоставлениям форм, цветов и текстур.

Эта глава посвящена особенностям съемок для косметических брендов. В первую очередь здесь важны прически и макияж; в фотографиях должен ощущаться стиль, они должны привлекать внимание к рекламируемым продуктам.

Это не просто фиксация образа на пленке, а творческий процесс, в котором принимают участие фотограф, парикмахер и визажист. Фотографу необходимо наладить с ними контакт, так как они вместе разрабатывают идею съемки, участвуют в кастинге и создают необходимый образ, который появится затем на страницах журнала. Фотограф связан с парикмахером и визажистом так же тесно, как со стилистом при съемке для индустрии моды. Стилист зачастую участвует и в съемках для косметических брендов, особенно если на фотографии будет видна одежда. Как свидетельствуют снимки Буша, съемки для косметической индустрии позволяют работать в абстрактном стиле без особых ограничений, в отличие от других направлений модной и рекламной фотографии. Отчасти эта работа похожа на съемки на портретах. Косметическая индустрия — это сфера, в которой у фотографа имеется большое количество клиентов по сравнению с высокой модой.



**Кришьер**  
Опубликовано в журнале  
*Vogue*, апрель 2004.  
(В сотрудничестве с парик-  
махером Юджином  
Сулейманом.)  
Некоторые журналы пред-  
ставляют фотографу про-  
стор для творчества, не  
оставляя его подстраиваться  
под общий формат издания

**М.К.:** В этом интервью мы хотели бы сосредоточиться на работе с прическами и макияжем, то есть на вашей деятельности в качестве фотографа косметических продуктов. Но перед этим позвольте узнать, вы сами относите себя только к этому жанру?

**Р.Б.:** Нет. Я начинал с модной фотографии, но если ты можешь работать и с модой, и с косметикой, это говорит в твою пользу. Думаю, выбор жанра определило мое знакомство с людьми, встретившимися мне в начале карьеры. Рано или поздно для каждого фотографа настает момент, когда он может попробовать себя в съемках косметических продуктов, и если вам попадается хорошая команда и вы делаете хорошие снимки, остальное происходит само собой. Удача улыбнулась мне, когда мои фотографии опубликовали в *Creative Features* (специальном ежегодном выпуске журнала *Creative Review*). Я познакомился с Вал [Гарланд] - с этого все и началось. Многие фотографии из индустрии моды могли бы сниматься для косметических брендов, однако немногие делают это действительно успешно. Косметические продукты предоставляют для фотографа возможности гораздо более широкие, чем в других жанрах коммерческой фотографии.

**М.К.:** Как различается ваш подход к съемкам для модной и косметической индустрии?

**Р.Б.:** Снимая для косметических брендов, все равно приходится помнить о моде, так как на снимке должен быть зафиксирован модный образ, который запрашивает у вас журнал. Подход к съемкам косметики в каком-то смысле проще - здесь вам не приходится сотрудничать со стилистом или фэшн-редактором. Однако здесь важную роль играют парикмахер и визажист. Кастинг также имеет свои особенности - модель должна подходить для съемок косметического продукта. Некоторые девушки, даже очень красивые, не годятся для фотографий, где на первом плане макияж и причёска. Поэтому выбирать модель надо очень тщательно.

**М.К.:** Какие лица лучше подходят для рекламы косметической продукции?

**Р.Б.:** В первую очередь здесь важна симметрия. Важно, как кожа отражает свет, который попадает в объектив, а затем преобразуется в картинку на странице журнала. У модели должна быть хорошая кожа, особенно если вам важно, чтобы она смотрелась естественно, и вы не планируете серьезную цифровую обработку изображения. Большую роль играют волосы, если только вы не снимаете модель в парике, - волосы должны

выглядеть красивыми и здоровыми. Юджин [Сулейман] отлично знает, у какой модели какие волосы и какая лучше подходит для каждой конкретной съемки.

**М.К.:** Значит, Юджин и Вал также принимают участие в кастинге?

**Р.Б.:** Да, конечно. Они работают на показах мод, поэтому знакомы с большинством моделей. Вал всегда знает, лицо какой модели лучше подойдет для задуманного нами образа. Они хорошо подбирают девушек еще и потому, что сотрудничают со многими фотографами, так что с ними кастинг проводить гораздо удобнее. Тем не менее бывает так, что нам не удается заполнить ту модель, которую мы хотели изначально, и они подбирают другую, - так в наше поле зрения попадают новые лица.

**М.К.:** Совместная работа с парикмахером и визажистом подразумевает совместную работу со стилистом при съемках для индустрии моды?

**Р.Б.:** Отчасти. В начале, когда я делал свои первые работы в сотрудничестве с этими прославленными мастерами, их мнение было для меня решающим. Постепенно я начал сотрудничать и с представителями моего собственного поколения, с собственной командой. Между фэшн-редактором и фотографом конфликты возникают чаще, чем между фотографом и парикмахером или визажистом. Если же в съемках принимает участие стилист, им приходится отойти на второй план. Тем не менее часто стилисты вносят неоценимый вклад в работу, особенно если речь идет о создании образа, а не просто съемках причёски или макияжа.

**М.К.:** Значит, несмотря на сотрудничество с такими прославленными фигурами в мире моды, как Вал и Юджин, вы успеваете работать и с молодыми, менее известными мастерами?

**Р.Б.:** Да. Это, например, ассистент Вал Петрос [Петрохилос]. Он отличный визажист. Я много работаю с ним. Недавно мы вместе делали серию снимков для японского издания *Vogue* - по моему, они получились очень удачно. Нужно пробовать работать с разными парикмахерами и визажистами, чтобы развить собственный взгляд на вещи. С людьми вроде Вала или Юджина это сделать сложнее, поскольку они обладают огромным авторитетом. Мне повезло, что я смог поучиться у них, однако в сотрудничестве с ними я больше подчинялся, чем решал сам. Вот почему я считаю необходимым взаимодействовать в съемках представителей нового поколения, обмениваться с ними идеями, делать собственные ошибки и исправлять их.

**М.К.:** Как вы получаете заказы от модных журналов? Редакторы связываются с вашим агентом или же обращаются к визажисту и парикмахеру, чтобы они порекомендовали фотографа?

**Р.Б.:** В большинстве случаев журналы в первую очередь обращаются к фотографу. В девяти случаях из десяти они делают это напрямую, рассчитывая, что у фотографа уже есть собственная команда. Иногда журнал может обратиться к фэшн-редактору, если речь идет о репортаже из мира моды, а тот уже предлагает фотографа. В общем, бывает по-разному. В последний раз, когда мы работали для японского *Vogue*, мы снимали одновременно и одежду, и косметику.

**М.К.:** Это затрудняет работу для вас как для фотографа?

**Р.Б.:** В данном случае мы разделили задачи. Сложность была только в кастинге. Нам нужна была модель, подходящая как для съемок одежды, так и для мейкапа. Два дня мы снимали одежду, один день – макияж. Обычно, работая с Юджином, Вэл или Петросом, я позволяю себе значительную степень свободы. Мы начинаем с некой базовой идеи и развиваем ее в процессе съемок.

**М.К.:** Какова может быть эта базовая идея?

**Р.Б.:** Это может быть цвет. Или так – Юджин говорит: «Я хочу попробовать прическу в стиле XVIII века, с начесом». Иногда заказчик говорит нам, какой образ он предпочитает. Некоторые журналы, например *i-D*, *Self Service* или *Numero*, предоставляют фотографу простор для творчества, не требуя от него подстраиваться под общий формат издания.

Я люблю экспериментировать, и съемки для косметических брендов позволяют мне делать это.

**М.К.:** Действительно, ваши работы – это не просто фиксация образов, это их творческое воплощение.

**Р.Б.:** Я начинал с достаточно документального, портретного стиля. Однако вскоре понял важность эксперимента. Если вы как фотограф сможете преобразить известную модель, это обязательно произведет впечатление на зрителя. Так получилось со съемками Криньер, на которых мы работали вместе с Юджином. Она выглядела замечательно, и проект вышел очень успешным.

**М.К.:** Не могли бы вы рассказать о нем подробнее?

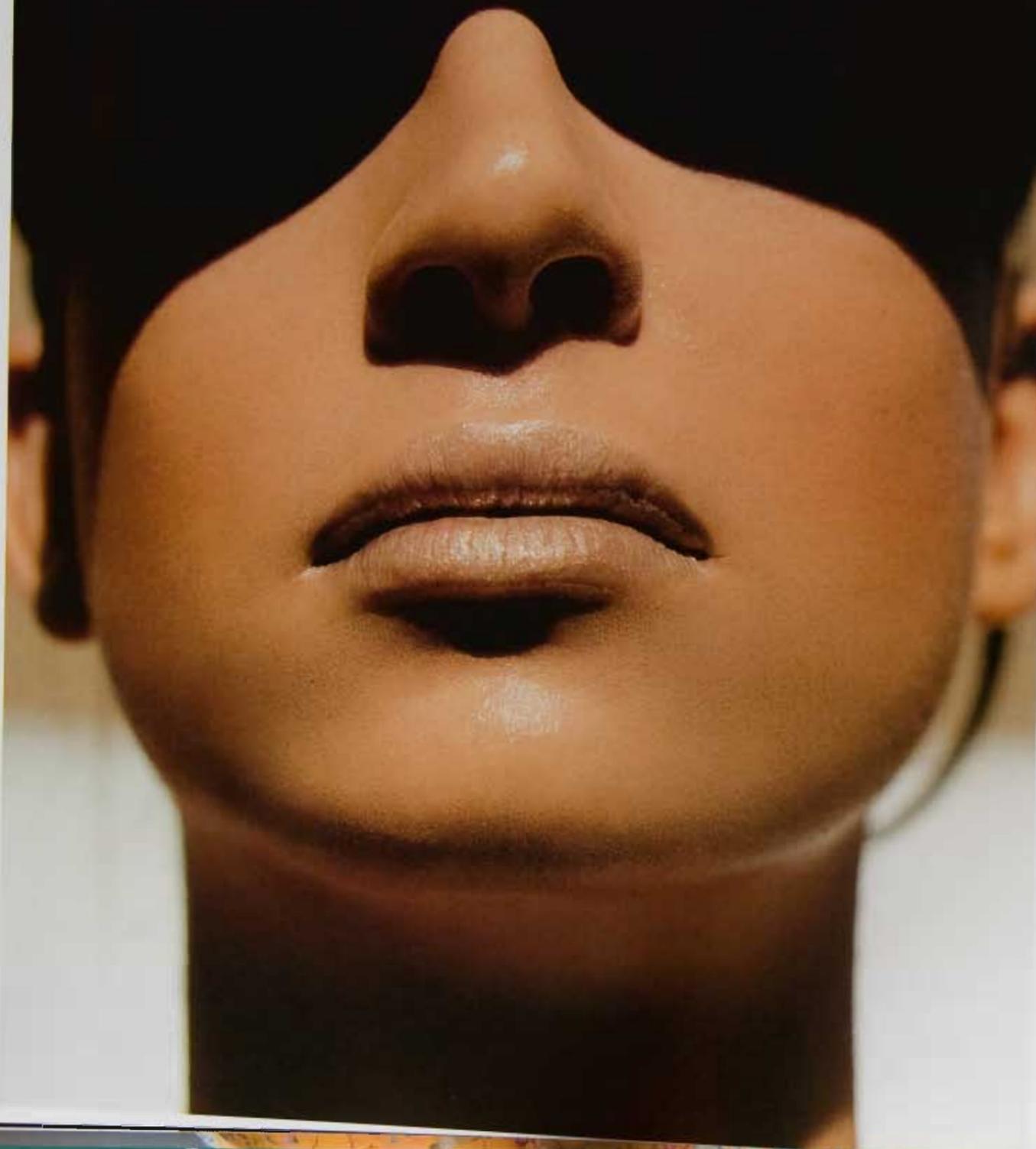
**Р.Б.:** Это был заказ журнала *Numero*. Они хотели, чтобы мы работали вместе с Юджином и снимали непременно Эжени Криньер. Нам, правда, пришлось пригласить двух моделей, потому что Эжени нужно было вскоре уезжать. Съемки проходили в студии, как это обычно делается для косметических продуктов. У нас в Великобритании погодные условия и освещенность редко позволяют делать подобные снимки вне помещения. Хотя мне очень нравится, как выглядит кожа при ярком естественном свете. Думаю, большинство людей ассоциируют меня со студийными съемками, хотя в последнее время я все чаще работаю на улице. Я снимал широкоформатной камерой 10x8. Мне понравилось, как выглядят снимки в черно-белом варианте. Я сделал несколько цветных поляроидов, однако предпочел черно-белые. Они были более выразительными. Свет отлично смотрелся на ее коже. Наверное, их можно было сделать и цветными, однако мы не стали развивать эту идею.

#### Криньер

Опубликовано в журнале *Numero*, апрель 2004  
(В сотрудничестве с парикмахером Юджином Сулейманом.)

Поляроидные снимки позволяют решить, какие элементы изображения вам подходят, а какие нет, а также выбрать освещение.





#### Макияж

Опубликовано в японском издании журнала *Vogue*, 2006 (В сотрудничестве с визажистом Петросом Петрохилосом).  
Я люблю простоту и стараюсь не перегружать образ лишними элементами.



#### Кришьер

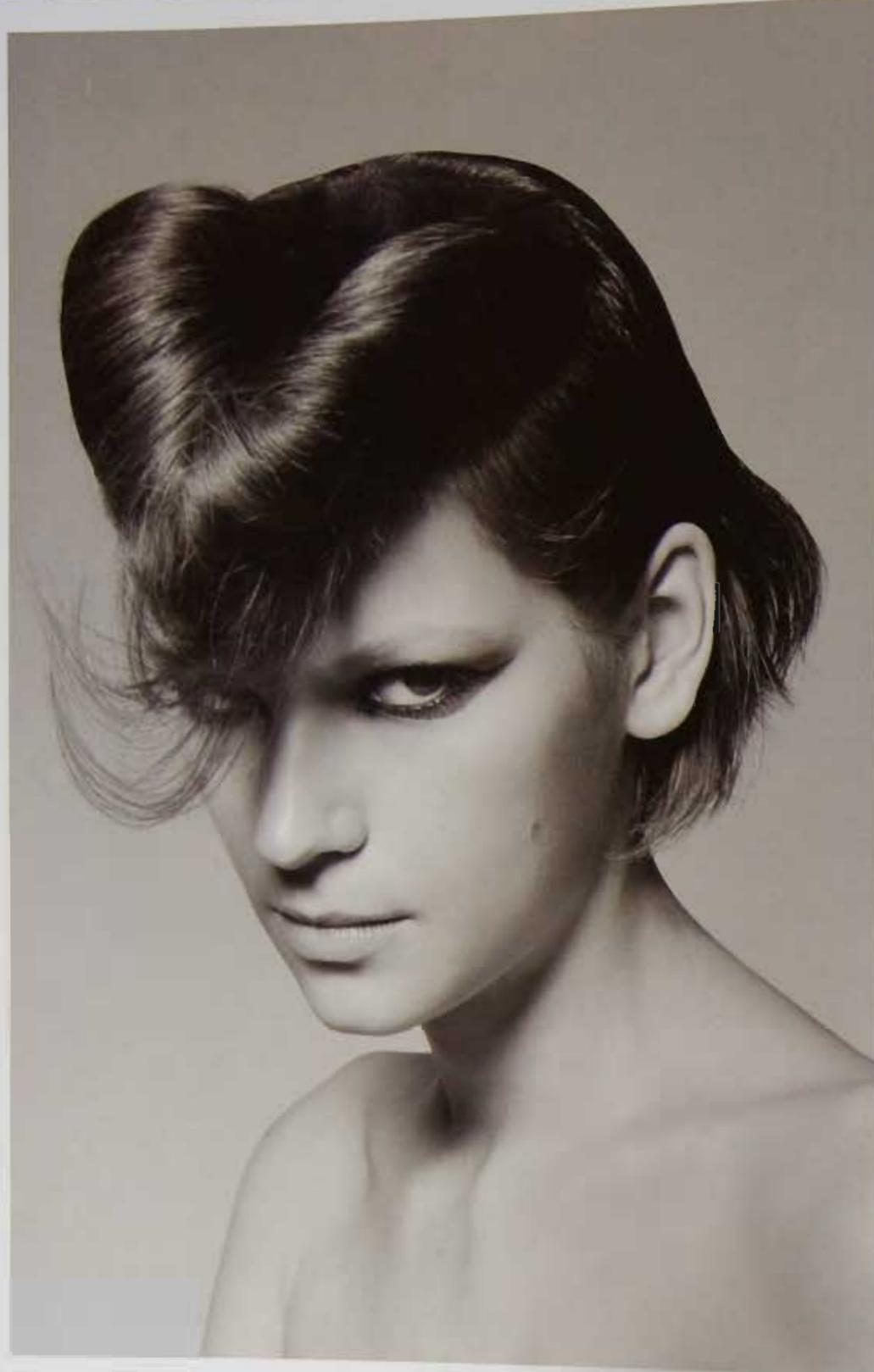
Опубликовано в журнале *Numero*, апрель 2004 (В сотрудничестве с парикмахером Юджином Сулейманом).  
Я люблю экспериментировать, и съемки для косметических брендов позволяют мне делать это.

**М.К.:** В этой серии вы практически не использовали аксессуары...

**Р.Б.:** Обычно мы прибегаем к некоторым аксессуарам, однако, честно говоря, снимая для косметических брендов, лучше не перегружать образ лишними элементами. Разве что надеть на модель шляпу, чтобы она отбрасывала тень на лицо, как мы с Петросом сделали в репортаже для японского *Vogue*. Аксессуаров не должно быть много. Я люблю простоту. Однако, если какие-то элементы необходимы для того, чтобы получить удачный снимок, я обязательно их попробую. Мне важен результат, образ, который появится на страницах журнала.

**М.К.:** Вы согласны с мнением, что для простых кадров требуется тщательно продуманное освещение?

**Р.Б.:** Да. Делая те снимки, я несколько раз менял свет. Там, где модель сфотографирована с причёской в африканском стиле, свет был направлен на нее из-за спины и чуть сбоку. На тех фотографиях, где она сидит, освещение было более ярким, резким и направленным из-за мягкой причёски и такого же настроения — это несмотря на заостренные черты ее лица. ПолярOIDные снимки позволяют решить, какие элементы изображения вам подходят, а какие нет, а также выбрать освещение. Сначала я снимаю на пленку, потом на полярOID, чтобы потом не тратить время на то, чтобы поймать тот же кадр. Затем продолжаю снимать на пленку.



**М.К.:** Вы предпочитаете снимать на цифровую камеру или на пленку?

**Р.Б.:** Я пользуюсь и цифровыми, и пленочными камерами. Обе позволяют мне передать нужный образ. Цифровые изображения легче потом обрабатывать, экспериментировать с цветом. Думаю, многие фотографы злоупотребляют цифровой обработкой, хотя для них это, видимо, нормально. В настоящий момент мне все еще нравится магия пленочной фотографии, однако возможно, через пару лет я полностью перейду на цифровую. Часто клиенты предпочитают заказывать мне цифровые снимки, считая их более качественными. По-моему, в том, что касается передачи света, мелких деталей и текстур, цифровой фотографии еще есть куда совершенствоваться.

**М.К.:** Снимки для серии *Праздник цвета*, которую вы создавали вместе с Вэл, сделаны с более близкого расстояния; снимая прически, вы обычно отходите дальше.

**Р.Б.:** Приходится. Если вам надо снять модель с высокой прической, вы поневоле отодвинетесь дальше, чтобы прическа попала в кадр. Конечно, фотография получается другой, больше похожей на портрет, однако это по-прежнему снимок для косметического бренда. Снимая макияж, можно выделить один элемент, например губы, глаза или другую деталь лица.

**М.К.:** Именно так вы сделали в репортаже для японского *Vogue*.

**Р.Б.:** Снимки получились концептуальными, хотя и задумывались как реклама. Вы можете видеть один только глаз, но он дает вам представление о продукте, который рекламируется на фотографии, о его текстуре и цвете. Глаз представлен в виде абстрактного элемента. Особенно это заметно там, где в кадр не попадает бровь. С такого близкого расстояния лицо выглядит неожиданно, обычно мы не видим его таким. Напомню, что Вэл делает макияж для показов Маккуина [Александр Маккуин, дизайнер моды] – это классический пример широты ее воображения и способности к эксперименту. Она работает очень быстро. Если макияж ей не нравится, она стирает его и начинает все заново.

**Криньер**

Опубликовано в журнале *Numero*, апрель 2004. (В содружестве с парикмахером Юджином Судейманом.) Снимки были сделаны в студии, хотя мне нравится, как кожа выглядит при ярком естественном освещении.

**Праздник цвета**

Опубликовано в японском издании журнала *Vogue*, апрель 2003. (Визажист Вэл Гарланд.) Снимки – концептуальные, хотя и задумывались как реклама. По ним можно получить представление о продукте, его текстуре и цвете.



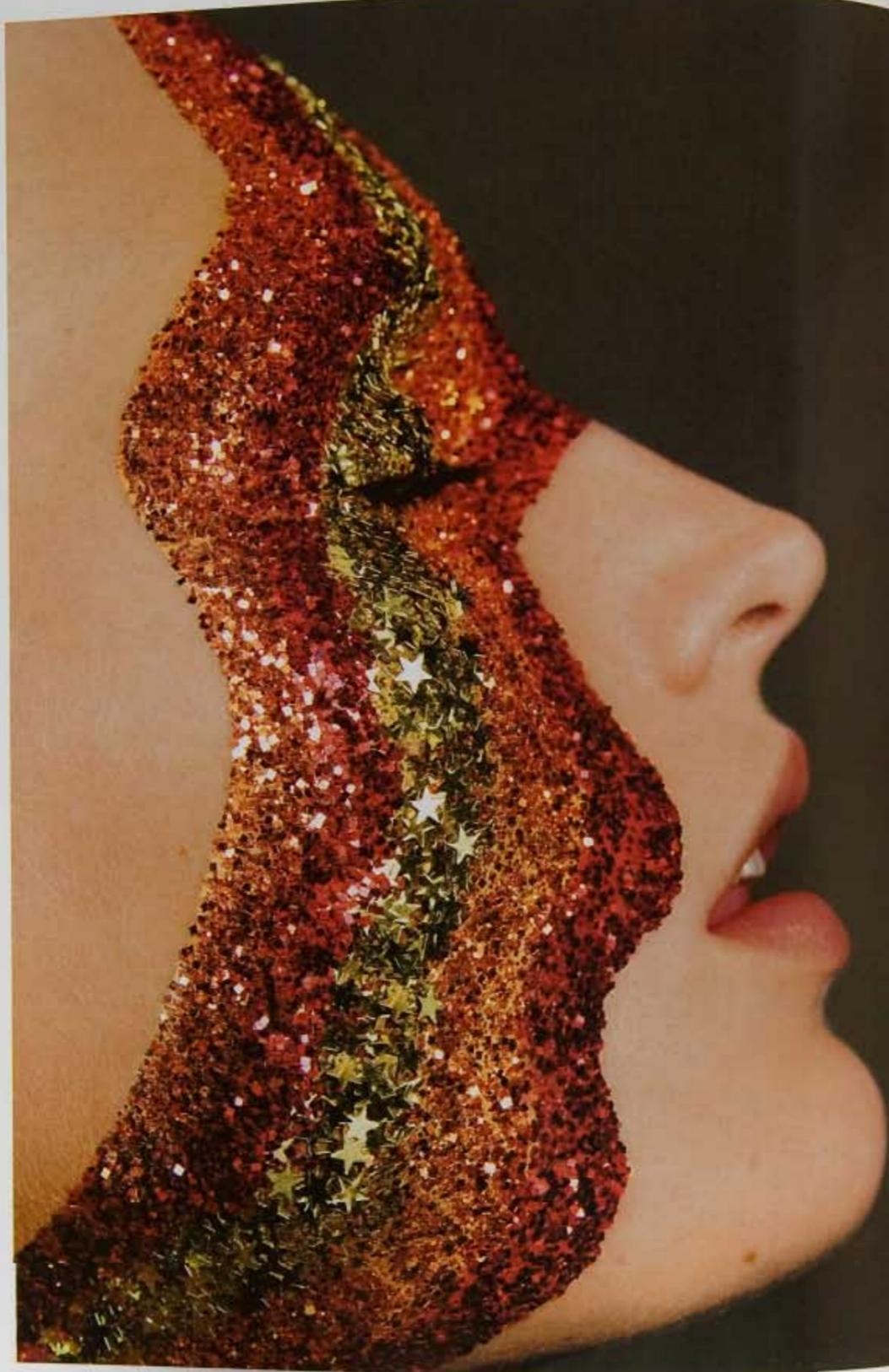
**М.К.:** Предварительно вы обсуждали идею серии?

**Р.Б.:** Думаю, Вал знала, какие цвета собирается использовать и в каком стиле будет делать макияж. Мы обсудили необходимость передать текстуру продукта на фотографиях, съемку с близкого расстояния и выделение фрагментов лица. Во многом эти снимки построены на контрастах. На фотографии под названием *Блестящие полосы* вы видите блески и ничего, кроме них, — только кожу и губы без помады. Юджин зачастую тоже строит свою работу на контрастах. У него это получается словно само собой. Даже жестко закрепленные гелем волосы у него все равно выглядят мягкими. Это отличный прием. Множество великолепных снимков построено на контрасте.

**М.К.:** Какие технические аспекты следует принимать во внимание, делая цветные снимки с близкого расстояния?

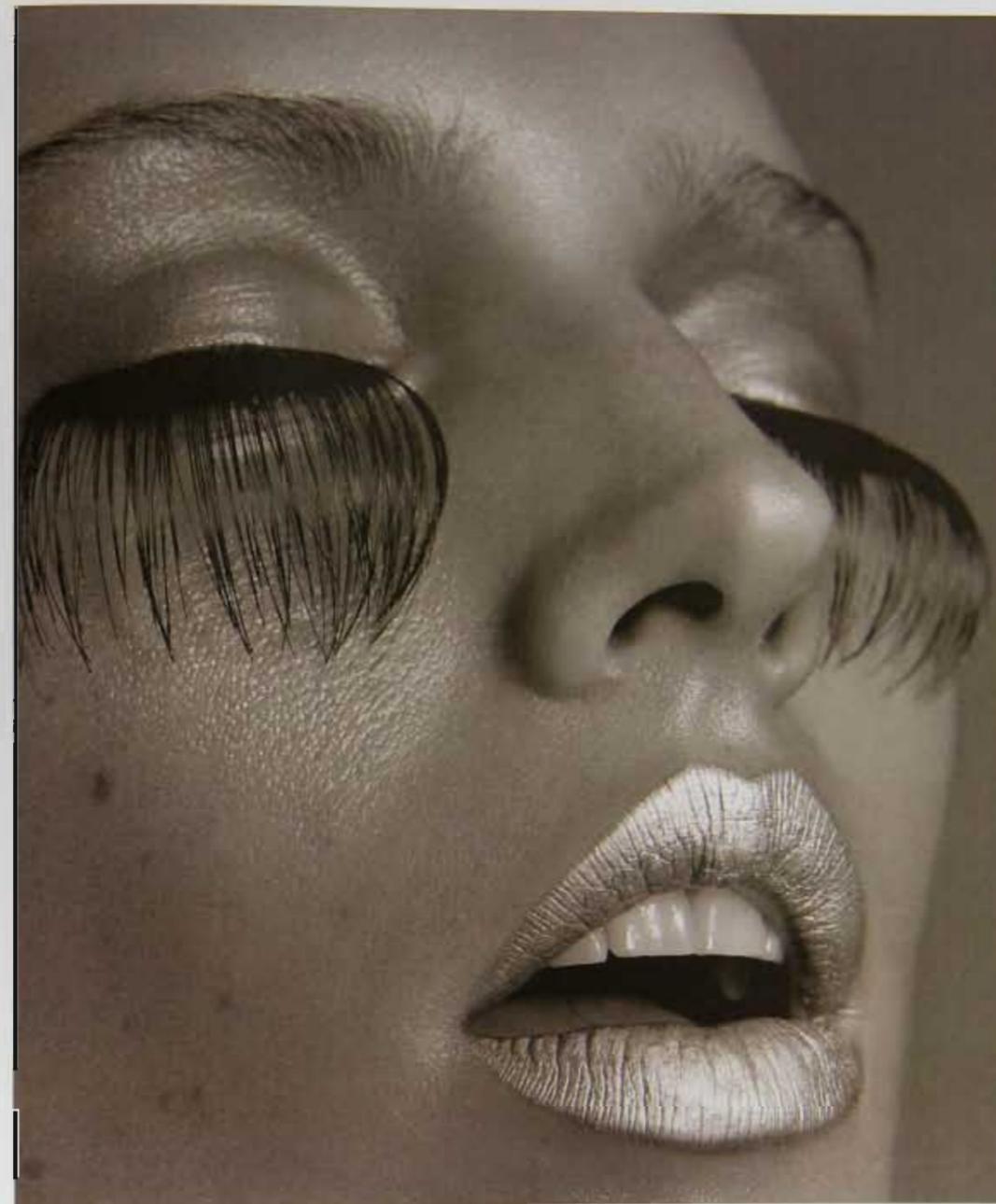
**Р.Б.:** Я работал в формате 10x8, однако когда подошел ближе и попытался снять глаз, это превратилось в пытку, потому что мне пришлось учитывать слишком много технических деталей. При слишком большом приближении изображение начало размываться. Если отойти чуть дальше, сделать снимок, а затем срезать край, получаешь лучшую резкость, однако иногда ее отсутствие идет снимку на пользу. Например, на снимке с глазом края слегка размыты, что заставляет взгляд зрителя скользить по изображению. В формате 10x8 можно добиться приемлемой резкости — часть изображения будет четкой, а по краям оно получится чуть смягченным.

*Слева и напротив.  
Праздник цвета*  
Опубликовано в японском  
издании журнала *Vogue*,  
апрель 2003.  
(В сотрудничестве с виза-  
жистом Вал Гарланд.)  
Все дело в контрастах:  
вы видите блески и ничего,  
кроме них, — только кожу  
и губы без помады.





*Слева направо:*  
**Практик цвета**  
Опубликовано в британском издании журнала *Vogue* апрель 2005. (В сотрудничестве с визажистом Вал Гарланд.)  
Делая фото для косметических брендов, можно выделить один только губы, глаза или другие части лица.



**М.К.:** Губы с помадой разных цветов выглядят просто удивительно (на фотографии слева).

**Р.Б.:** Я считал, что этот снимок будет хорошо смотреться на развороте журнала. Думаю, он получился полностью абстрактным. Изображение прошло цифровую обработку. Я снимал с такого близкого расстояния, что были видны крошечные подтеки помады, их пришлось удалить с помощью компьютера. При цифровой обработке мы также четко разделили цвета помады на губах, сохранив ее текстуру. Макияж, сделанный Вал, отлично смотрелся на модели, однако при таком увеличении... Помада все равно смешивалась, поэтому нам пришлось прибегнуть к компьютеру. Думаю, цифровая обработка в настоящее время становится одним из неотъемлемых этапов при съемках косметической продукции. С ее помощью можно добиться удивительных результатов. Я предпочитаю, чтобы мои снимки оставались естественными, поэтому работаю с ретушером, стараюсь объяснить ему это. Очень важно знать, чего вы хотите от своих снимков и что является для вас недопустимым. Ретуширую изображения, я не просто корректирую дефекты — это разумеется само собой, — я стараюсь усилить цвет, добиться, чтобы фотография выглядела такой, какой я ее задумал до съемки. Именно так фотографы находят собственный зрелый стиль.

**М.К.:** Вы говорите, что начали заниматься фотографией случайно. Вам приятно видеть свои снимки в журналах?

**Р.Б.:** Зачастую я просто не могу дождаться их выхода! Бывает, что фотографии публикуются через несколько месяцев после съемки. Британский *Vogue* отличается высоким качеством репродукции, потому что Робин Деррик отлично умеет работать со снимками. Однако случается, что репродукция вас разочаровывает. Процесс воспроизведения изображений — дорогостоящий и трудоемкий, и желательно, чтобы фотограф также принимал в нем участие. Он должен не только снимать, но и участвовать в цифровой обработке и репродуцировании. Не стоит пускать этот процесс на самотек. Чтобы снимок получился таким, каким вы его хотите видеть, вы должны вложить в него всю свою душу. Кроме того, это просто очень интересно!



При простой компоновке кадра важную роль играет освещение. Силуэт на этом снимке был создан с помощью света, установленного за спиной и чуть сбоку от модели, а также вспышки, направленной на ее лицо. Использование прямого света в данном случае создало бы более резкие контрасты.

#### Оборудование

Набор оборудования зависит от того, какой системой я пользуюсь. Например, работая с Матиуа, я беру также полярийд, набор объективов и пленок, а также три-четыре корпуса камеры.

#### Спецификация

КАМЕРА: Sinar 10 x 8, объективы Zeiss, обычно 300–360 мм

СВЕТ: софиты Broncolour, Briebe, а также специальное направляющее устройство для съемок совместных проектов с Юджином Сулейманом.

ПЛЕНКА: Kodak Portra 160NC, Werd FP4 PLUS 125

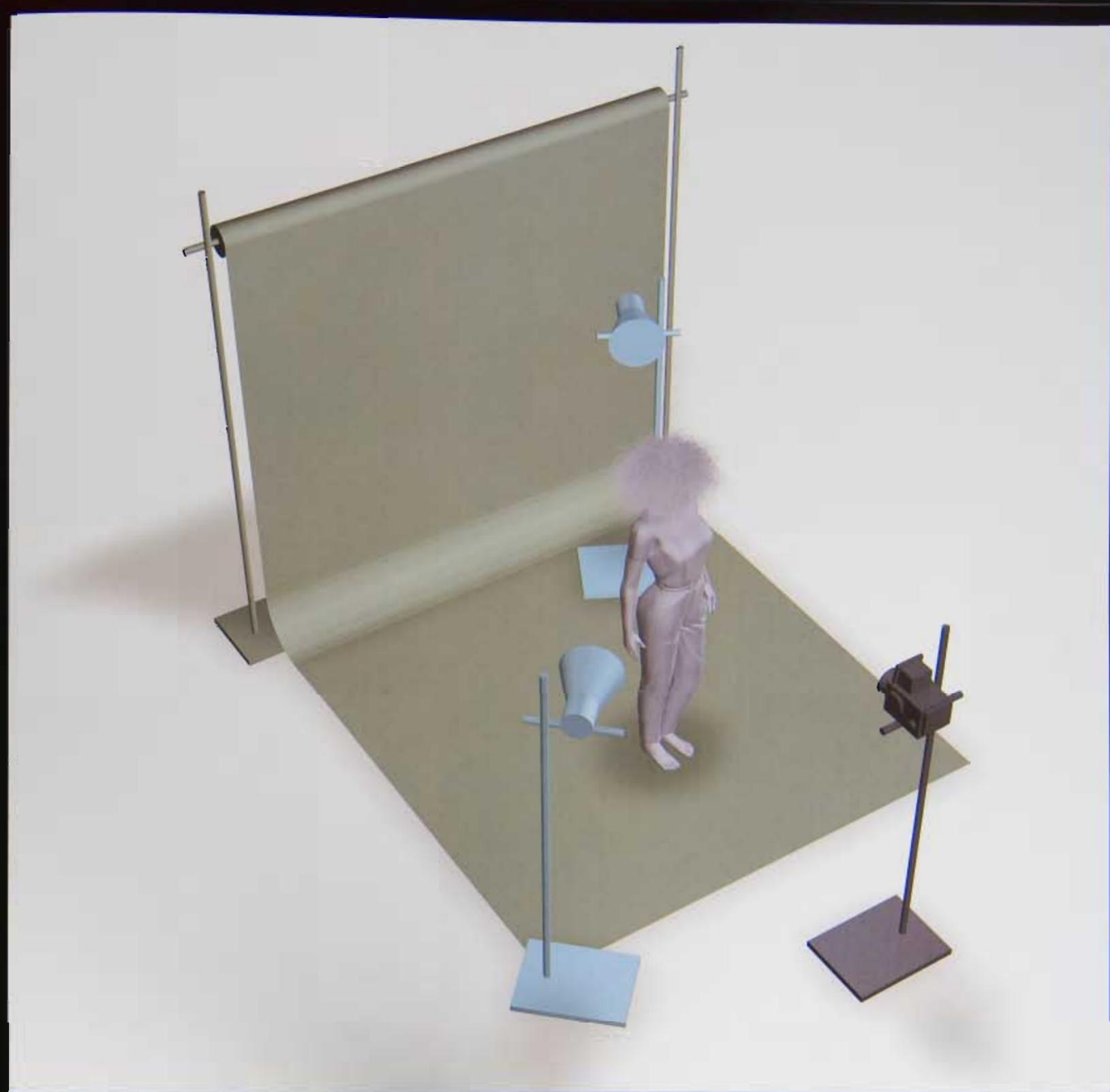
ВЫДЕРЖКА: 1/125 сек. между f/32 и f/45

#### Литература

*A Gun for Hire*, HELMUT NEWTON, Taschen, 2005

*Observations*, RICHARD AVEDON, Simon & Schuster, 1959

*O Rio de Janeiro*, BRUCE WEBER, Knopf, 1986



# Илейн Константин



Илейн Константин окончила отделение фотографии Комьюнити-колледжа Южного Манчестера, Великобритания, и в 1990-х начала делать документальные снимки своих друзей-музыкантов, живущих в этом городе. Затем переехала в Лондон, где работала ассистентом у Ника Найта. Получила заказ от журнала *The Face*, благодаря которому вскоре стала одним из ведущих фотографов этого издания. Впоследствии снимала для журналов *Arena Home Plus*, *Sleazemation*, американского и итальянского издания *Vogue*, для рекламных компаний Levi's, Nike, GAP, Katharine Hamnett. По сей день она сотрудничает с брендом American Eagle. Илейн работает не только в коммерческой фотографии: в 2002 году она выполнила серию снимков *Танец с чаем (Tea Dance)* (2002) для галереи Кэслфилд, а в последнее время занимается написанием сценариев и съемкой фильмов. В 2005 году Королевское фотографическое общество присудило Илейн Константин престижную премию Теренса Контраиа.

## КОМПОЗИЦИЯ

Илейн Константин — одна из немногих фотографов, которым удается сохранить собственный, альтернативный стиль в модной и рекламной фотографии. Она пришла в этот жанр в середине 1990-х; ее снимки брызжут молодостью и энергией, которые она черпает в музыкальной культуре. В этих ярких, динамичных кадрах мода представлена как один из важных элементов образа жизни юного поколения. Зачастую это серии фотографий, на которых запечатлены друзья фотографа во время вечеринок или пикников на море. В то время как остальные снимают моделей, позирующих в студиях, Илейн нарушает все правила модной фотографии, касающиеся кастинга, композиции, выбора освещения, поз и стиля.

После небольшого перерыва, в который она не занималась модной фотографией, Илейн Константин получила от журнала *Pop* заказ на серию снимков под названием *Эльсон Стрит*. Это целая история, в которой модель возвращается в родной город, Манчестер. Илейн снимала ее в сотрудничестве с арт-директором Ли Суиллингом. Серия стала для нее своеобразной первоначальной ценностью, возможностью трезво взглянуть на стиль, который она когда-то создала и который с тех пор стал весьма популярным и неоднократно копировался, из-за чего и перестал ее привлекать.

Оригинальность и авторитетность этого фотографа послужили причиной, по которой ее работы были включены в данную книгу. Ее пример весьма ценен для молодых, подающих надежды фотографов моды. В основе ее успеха лежит интуиция: чувство цвета и композиции, особый взгляд на мир, способность отражать в своих работах энергию и чувственность, свойственные юности, а также способность переносить образы, созданные воображением, на пленку, а с нее — на страницы журналов.



**М.К.:** Вы – один из самых известных фотографов, с которым мне пришлось беседовать. Не могли бы вы рассказать немного о себе и о своем месте в фотоиндустрии?

**И.К.:** Я начала интересоваться фотографией после того как увидела работы Криса Киллипа [фотографа-документалиста, известного своими снимками северо-восточной части Англии], которые очень меня вдохновили. В то время я еще не считала себя фотографом. Это было в 1980-х, я сидела без работы. Однажды я посетила семинар по фотографии, на котором преподаватель показывал книгу со своими работами. Темы этих работ были мне близки, я могла связать себя с ними. Я начала фотографировать своих друзей. Все мы очень любили музыку соул [с 1970-х в Англии распространилось повальное увлечение этим музыкальным стилем] и мотоциклы – они стали темой моих первых снимков. мода вошла в мою жизнь случайно. Я стала модным фотографом благодаря работе у Ника Найта. Я проработала его ассистентом всего полгода, но каждый день училась чему-то новому. Уйдя от него, я решила работать самостоятельно и за две недели составила свое портфолио, с которым пошла в журналы *i-D* и *The Face*. – от них и получила свои первые заказы. Сейчас я занимаюсь, прежде всего, кино, однако продолжаю фотографировать для каталога American Eagle Outfitters. Они наняли меня для съемок своих новых выпусков. Это рафинированная версия стиля, который принес мне известность, эстетика, в которой мое восприятие цвета и композиции переплетается с представлениями компании о том, как должен выглядеть американский тинейджер. Я создаю рекламный образ этого бренда.

**Рекламная кампания**

Опубликовано в каталоге American Eagle Outfitters, весна 2000.  
Мое восприятие цвета и композиции переплетается с представлениями компании о том, как должен выглядеть американский тинейджер.

Натали Константиновна Комиссарова



**Рекламная кампания**  
Опубликовано в каталоге  
American Eagle Outfitters,  
весна 2006  
Это рафинированная версия  
стиля, который принес мне  
известность. Я создаю рекла-  
мный образ этого бренда



**Эльсон Стрит**  
Для журнала *Pop*, 2005.  
Увлечение модной фотогра-  
фией пришло ко мне случай-  
но, в самом начале карьеры.

**М.К.:** Есть несколько аспектов работы, которые мы обсуждаем со всеми фотографами; с них мне хотелось бы начать и сейчас. Во-первых, сотрудничество с арт-директором. Во-вторых, композиция ваших работ. Как вы ее создаете? По какому принципу группируете фигуры, чтобы добиться в кадре ощущения энергии и спонтанности?

**И.К.:** Чтобы ответить на этот вопрос, нужно вернуться назад, ко времени, когда я только начинала работать в модной индус-

три. Мои первые снимки для журнала *The Face* были своего рода протестом против традиционных съемок: модель в студии, взгляд направлен в никуда, камера на некотором удалении — полная противоположность моим представлениям о том, как надо снимать. Я хотела, чтобы в кадре отражался восторг, который я испытывала от взаимодействия с окружающим миром, когда мне было 16. По этой причине многие гляцевые журналы отказывались со мной сотрудничать, однако постепенно мне удалось отстоять собственную эстетику в фотографии.

**М.К.:** Идею этой серии предложил вам арт-директор журнала Рор Ли Суиллингом?

**И.К.:** Я сделала серию снимков Жизели для журнала *BIG* — она напоминала фоторепортаж, в котором модель была снята в окружении своей семьи. Это не была в прямом смысле модная фотография, но серия так удалась, что меня нередко просили повториться, сделать что-то в том же духе, однако я не соглашалась. Когда Ли предложил мне снять Карен Эльсон с семьей, в домашней обстановке, я решила внести в эту серию немного другую идею — модель возвращается в родной город, чтобы посмотреть, как живут там люди. Я снимала после значительного перерыва, поэтому и сама словно возвращалась к истокам.

**М.К.:** Вероятно, из-за этого перерыва вы стали использовать новый подход в фотографии?

**И.К.:** Ли неоднократно говорил, что давно хотел снять Карен Эльсон в родном городе, но у него не было подходящего фотографа. Мы с Ли из одного города, однако не были знакомы друг с другом. Мы встретились в журнале *The Face*. Эта серия отличалась от серии с Жизель, потому что в тот раз я снимала модные фото для Рор. В кадре должны были присутствовать одежда и аксессуары, однако мне хотелось, чтобы снимки выглядели реалистично.

**М.К.:** В вашей серии присутствуют портреты Эльсон, ее фото с детьми и семьей. Фотографии с детьми в особенности отражают стиль, присущий вам...

**И.К.:** У меня была фотография, послужившая мне источником вдохновения, она называется *Добро пожаловать домой, Джимми!* Я носила ее с собой, чтобы не забывать, какого результата хочу добиться и какие чувства пытаюсь вложить в свои снимки. Идея заключалась в том, что люди, встречающие Карен, радуются ее возвращению домой. Хотя Карен достаточно известна в модной индустрии, на улицах родного города ее узнавали не сразу, поэтому нам пришлось предпринять некоторые усилия, чтобы сделать эти снимки.

**Добро пожаловать домой, Джимми!**  
Фотография Уиджа из архива Халтона опубликована с любезного согласия Getty Images.  
Она послужила мне источником вдохновения. Идея заключалась в том, что горожане радуются возвращению Карен домой.



**М.К.:** Мы говорили о реализме, который обычно присутствует в ваших работах, — в групповых снимках из этой серии он особенно заметен. Кажется, что люди в кадре радуются искренне. Как вы добились такого эффекта и какие действия вам пришлось для этого предпринять?

**И.К.:** Когда мы готовились к съемке, мы не ожидали, что вокруг Карен, идущей по главной улице Манчестера, соберется толпа. В принципе мне хотелось, чтобы так получилось, однако я не знала, как этого добиться. Мы начали с того, что стали снимать одну Карен. Я бежала перед ней, спиной вле-

ред, с камерой в руках, а передо мной — мой ассистент, который следил за тем, чтобы я ни на кого не наткнулась. Еще один ассистент бежал сбоку и нес софит, два других светили с другой стороны. И так, я с ассистентами бегу, а Карен шагает по мостовой, — представляете себе зрелище? Дети начали спрашивать, что мы делаем, и я предложила им присоединиться — так все и получилось. Мы ходили по улице взад-вперед, а вокруг нас собиралось все больше народу. Все вышло совершенно спонтанно. Еще пять минут назад люди не знали, что примут участие в съемках, — и вот они уже в кадре. Я получила уникальный опыт.

**Эльсон Стрит**  
Для журнала *Рор*, 2008.  
Я хотела сделать серию снимков в собственном стиле — о человеке, который возвращается домой, чтобы посмотреть, как там обстоит дела.

**М.К.:** А как вы делали фотографию на школьном дворе?

**И.К.:** Мы заранее связались с администрацией школы и сообщили, что хотим приехать к ним. Мы сказали, что хотели бы привести Карен в школу, чтобы дети приняли участие в съемке. Мы отправили туда ее снимки, чтобы ученики увидели их и заказали открытки, на которых Карен поставила свои автографы. Дети были очень рады увидеть девушку, которая когда-то училась у них в школе и многого добилась в жизни. Однако этот случай — скорее исключение. Обычно я начинаю как моделист, так и второстепенных персонажей для съемки. Часто я снимаю сцены вечеринок. Мы с ассистентами устанавливаем освещение, а потом объясняем людям, как они должны себя вести, как взаимодействовать с остальными участниками съемки. Я обычно говорю что-то вроде «вы двигаетесь вот по этой линии, проходите 10 шагов, а когда дойдете до такой-то точки, должны остановиться и закричать». Потом снимаю на поляроид и смотрю, как выглядят кадры. Необходимо задать людям направление движения, создать настроение. Когда вы смотрите на снимок, движение выглядит спонтанным, но на самом деле это не так. Я все специально организовываю. Обычно мы снимаем при солнечном свете, дополняя его вспышками, чтобы подчеркнуть рекламируемый продукт. Иногда бывает необходимо, чтобы свет падал под разными углами, поэтому я привлекаю к работе большое число ассистентов.

**М.К.:** Вы часто снимаете под необычным углом, чуть снизу. Ваши кадры разноцветные и насыщенные персонажами. Это можно сказать и о снимке Эльсон на школьном дворе. Как вы выбираете угол съемки?

**И.К.:** Зачастую клиенты хотят, чтобы на фотографии было видно небо. Мне эта идея нравится; она добавляет энергии в изображение, помогает создать «эффект присутствия». Угол выбирается мною осознанно. Работая над рекламной кампанией Diesel, я уделяла углу съемки основное внимание. Мы пересмотрели много старых музыкальных фильмов — в том числе Вестсайдскую историю и Волосы, — чтобы заимствовать оттуда танцевальные движения, которые хотели использовать в кадре. Съемкой руководила не только я — у нас был хореограф, с которым мы работали совместно.

**М.К.:** Для таких съемок вы составляете специальные планы и схемы?

**И.К.:** Я исхожу из образа. Начинаю снимать на поляроид, потом, шаг за шагом, добавляю новые элементы, пока не добьюсь нужного настроения в кадре. — тогда снимаю на пленку.



**Эльсон Стрит**  
Два журнала *Pop*, 2005.  
Необходимо задать людям направление движения, создать настроение. Когда вы смотрите на снимок, движение выглядит спонтанным, но на самом деле это не так. Я все специально организовываю.

**М.К.:** Место съемки важно для вас? Как вы находили места для съемок с Карен Эльсон?

**И.К.:** Мы знали их. Мы же все из Манчестера. У всех были свои предложения.

**М.К.:** Как долго шла съемка?

**И.К.:** Два дня.

**М.К.:** Среди фотографий в этой серии есть портреты, которые также насыщены энергией. Ни на одном из них модель не выглядит задумчивой.

**И.К.:** Думаю, дело здесь в самой Карен. Она очень дерзкая. Это не тот человек, который будет смиренно стоять в стороне. Я немного руководила ею в том, что касается выбора позы, потому что мне нужно было сделать снимки слегка оторванными от реальности. Карен должна была увидеть свой город немного мистическим – это отличает ее серию от серии с Жизель, где съемки были просто документальными.

**М.К.:** Вы сделали много снимков? При работе с детьми и группами людей вы исключаете много фотографий, чтобы выбрать нужные?

**И.К.:** Мы сделали снимки в 10 или 11 местах, использовали б. Мы знали, чего хотим добиться, потому что снимали сначала на поляроид, а потом сверялись с этими фото. Обычно я приблизительно знаю, какое изображение получу при редактировании. Как правило, я стремлюсь добиться того же, что на лучшем из предварительных поляроидных снимков. Фотографируя на пленку, я получаю в целом схожие кадры, хотя люди, которых я снимаю, могут двигаться. Обычно я ищу какой-то нюанс в выражении лица или движении рук. Поймав его, я уже не смещаю объектив. Я устанавливаю камеру на штатив и делаю несколько снимков. Похоже на работу в студии, но все происходит в уличных условиях.

**М.К.:** Было ли в этой серии снимков нечто, удивившее вас саму?

**И.К.:** Последние фото получились именно такими, как мы их задумывали. Меня удивило то, как выделялась модель на фоне обычных людей. Мы не стремились подобрать ей одежду эксклюзивных марок, просто хотели создать необычный образ. Он получился необыкновенным! Мне не понравились только съемки на дискотеке в Ирландском клубе. Фотографии, сделанные там, выглядели среди остальных какими-то чужеродными.

**М.К.:** Сейчас вы занимаетесь съемкой фильма. Собираетесь ли вы продолжать работать в жанре модной фотографии?

**И.К.:** Мне нравится периодически возвращаться к ней. Я не хочу работать, как раньше, делать серии для модных журналов. Мне это неинтересно, потому что там царят клише, которые я ненавижу. Я работаю только тогда, когда мне предлагают интересные проекты. Я согласилась снимать Скарлет Йоханссен для обложки журнала *In Style*, потому что мне очень нравится эта актриса.



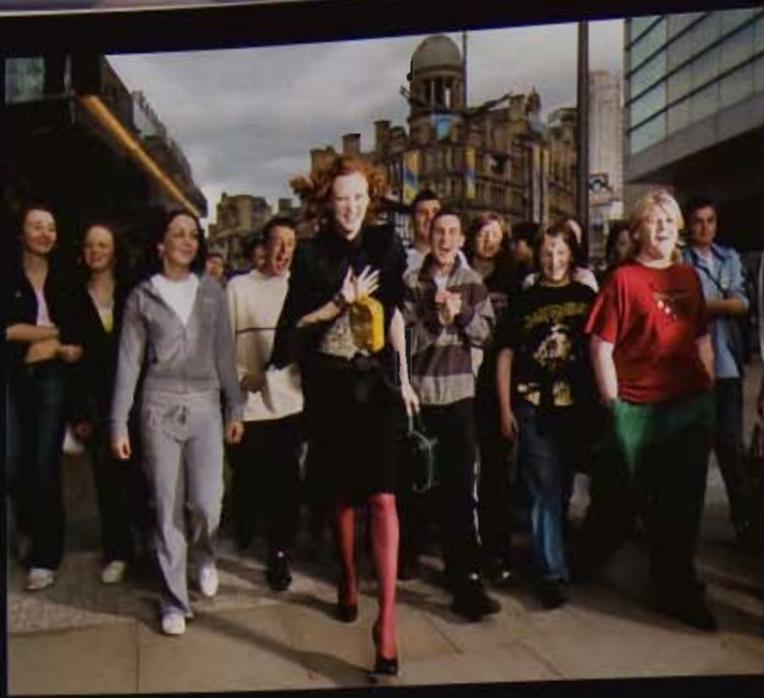
52

*Слева и справа  
Эльсон Стрит  
Для журнала Pop, 2005.  
Фотографируя на пленку,  
я получаю в целом схожие  
кадры, хотя люди, которых  
я снимаю, могут двигаться.  
Обычно я ищу какой-то  
нюанс в выражении лица  
или движении рук*



53

Натан Константин Ромбоинца



Такое расположение света фотограф использовала при съемках на ходу, когда сама она шла спиной вперед перед моделью, а ассистенты несли мачты с софитами. Для данного снимка Илейн Константин помогли три ассистента: двое несли боковой свет и еще один – вспышку, направленную на лицо модели.

## Оборудование

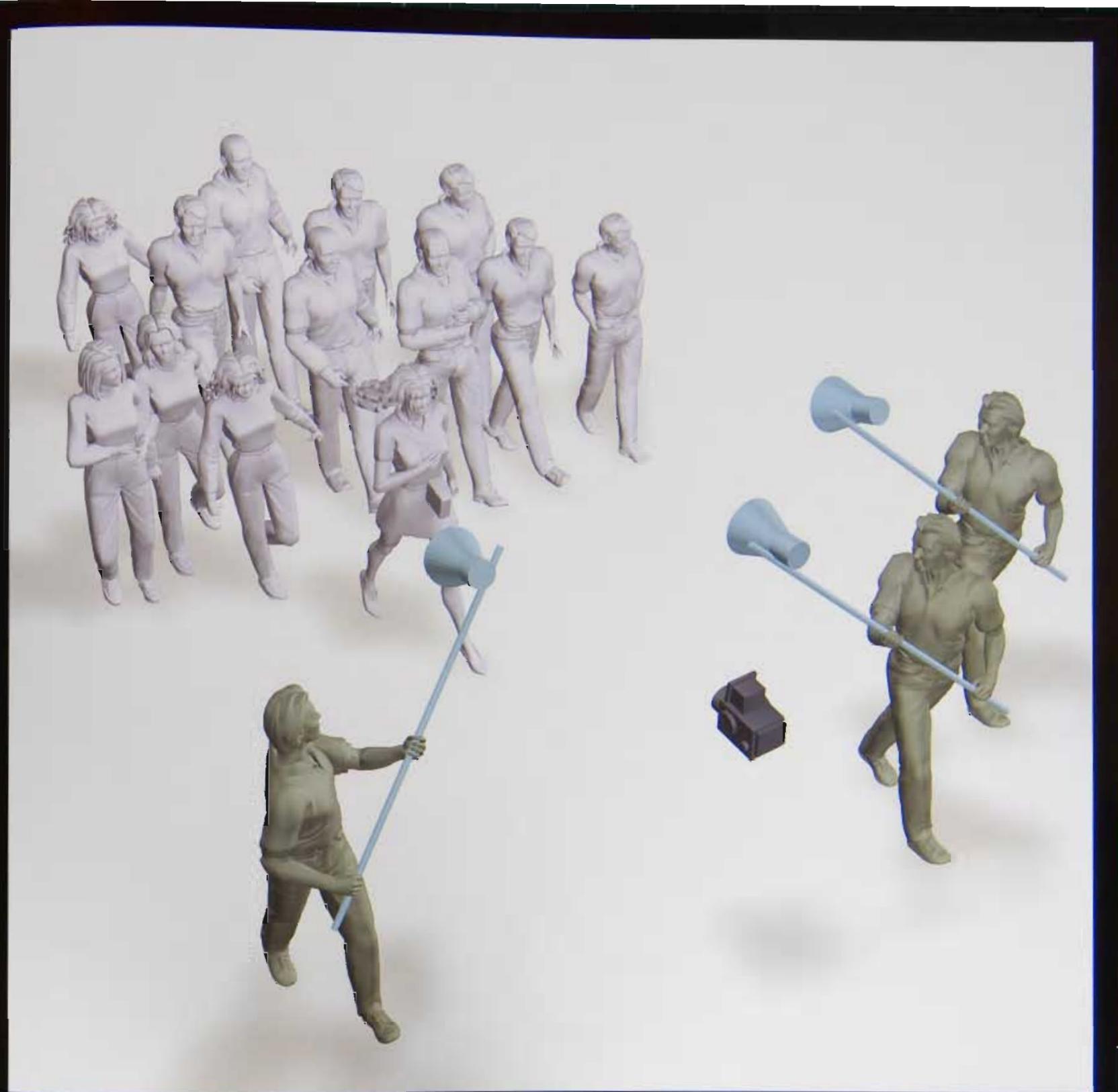
- Луна
- Мятный чай в пакетиках
- Снотворное

## Спецификация

КАМЕРА: Mamiya RZ67, Fuji 6 x 7  
 СВЕТ: Profoto 7As  
 ПЛЕНКА: Kodak Portra 160NC  
 ВЫДЕРЖКА: ПО НЕОБХОДИМОСТИ

## Литература

*American Prospects*, JOEL STERNFIELD, Steidl Publishing, 2004  
*Family Business*, MITCH EPSTEIN, Steidl Publishing, 2003  
*Imperfect Beauty*, CHARLOTTE COTTON, V&A Publishing, 2000  
*In Flagrante*, CHRIS KILLIP (photographer) with texts by JOHN BERGER and SYLVIA GRANT, Secker & Warburg, 1988  
*Martin Parr: Photographic Works*, VAL WILLIAMS, Phaidon Press, 2002  
*The New Color Photography*, SALLY EAUCLAIRE, Abbeville Press, 1981  
*Unknown Weegee*, LUC SANTE AND CYNTHIA YOUNG, Steidl Publishing, 2006



# Уоррен Дю Приз и Ник Торнтон-Джонс



Уоррен Дю Приз и Ник Торнтон-Джонс работают вместе с 1998 года. Это сотрудничество стало возможным благодаря их общему стремлению к созданию новых эстетических концепций, расширению возможностей фотографии за счет цифровых технологий и их применению в области моды и дизайна. Торнтон-Джонс, ранее успешный поработать иллюстратором, арт-директором и дизайнером, и Дю Приз, фотограф-самоучка, целиком отдаются своей работе: изобретают новые приемы, смешивают их между собой и доводят до совершенства. Сочетая мастерское владение цифровыми технологиями с безупречным вкусом, эти фотографы создают работы, являющие собой пример симбиоза науки и искусства.

## Цифровые технологии

Дю Приз и Торнтон-Джонс работали для таких прославленных клиентов, как Бьорк, Issey Miyake, Levi's, Hamish Morrow, Cartier, Massive Attack. Для Morrow и Massive Attack они создали презентации с использованием как фото-, так и видеосъемки. Они сотрудничают с ведущими специалистами в области освещения, программного обеспечения и обработки изображений.

Их работы вошли в монографию *Gaz Book* (*Gaz Book 14*). Они работали также с дизайнером-экспериментатором Сюзан Ли над ее книгой *Fashioning the Future: Tomorrow's Wardrobe* (Thames & Hudson, 2005), а также фильмом по этой книге, *Fashioning the Future: Mutation*, в Институте современного искусства в Лондоне, 2005.

*Ария* – серия снимков, выполненных для специального выпуска *Воздух (Air)* журнала *Vig* (№ 61), в том числе для его обложки, ознаменовала возврат этих фотографов к работе в журнальной индустрии после достаточно долгого перерыва. В начале XXI века многие фотографы стали использовать цифровые технологии в своих работах, тем не менее Дю Приз и Торнтон-Джонс по-прежнему идут далеко впереди остальных благодаря изобретательности, фантазии, умению сотрудничать между собой и с клиентами, творческому подходу к выполнению заказов, а также полному контролю над процессом создания изображения. Они являются лидерами и первопроходцами в своей области и постоянно расширяют возможности цифровых технологий, получая новые, все более впечатляющие результаты.

Как упоминалось во Введении, цифровые технологии применяются сейчас практически на всех стадиях фотографического процесса, что сказывается на сфере модной и рекламной фотографии. Это касается самой съемки, редактирования и обработки изображений, презентации и передачи снимков в журнал или клиенту. Цифровая обработка определяет форму, в которой фотография появится на странице журнала или на рекламном плакате. Цифровые технологии облегчают творческий процесс, позволяя делать то, что невозможно при аналоговой съемке, можно сказать, что это более быстрый и дешевый способ работы.



**М.К.:** Вы – единственные в нашей книге фотографы, работающие в паре. Расскажите, с чего вы начинали и как стали работать вместе.

**У.Д.П.:** Я начинал с работы ассистента у Томаса Кригера, который отличается своим нонконформизмом. Он не имел специального образования в области фотографии – и я тоже. Вместе мы сделали несколько обложек для журнала *The Face*. У него я научился создавать концепцию снимка, использовать воображение. Постепенно я пришел к выводу, что хочу работать самостоятельно. Томас не хотел заниматься цифровой обработкой изображений, доверяя ее мне, поэтому мой профессионализм быстро рос. Передо мной открывались многие двери. Свой первый заказ я получил в 1991 году от журнала *The Face* – это была серия портретов на восьми страничках, а затем меня пригласило к себе агентство *Madison*™, которому нужны были фотографии вроде Хельмута Ньютона. Теперь все зависело от меня. Важно понимать, что агент не будет работать за вас, он не изменит вашу жизнь: это должны сделать вы сами, заводя отношения с арт-директорами, журналами и клиентами. Мне удалось получить работу в *The Sunday Times* – для них я также снимал портреты. Именно там мы познакомились с Ником.

*Свет и тьма против Арна*  
Опубликовано в журнале *NIG*, специальный выпуск «Воздух», 2006.  
Мы не придерживаемся никаких правил. Просто воплощаем в жизнь собственные идеи.



**Эрин О'Коннор**  
Обложка журнала *Dazed & Confused*, октябрь, 2000  
Мы успешно сочетали искусство фотографии с иллюстрированием, усваивали новые навыки

**Н.Т.-Д.:** В колледже я изучал графический дизайн. После окончания нашел работу в дизайнерской компании, однако продержался в ней недолго. Один из моих друзей получил заказ от журнала *The Times*. Мы выполняли его вместе, а затем я сам стал работать там. Мой кабинет находился рядом с офисом *The Sunday Times*, поэтому я свел знакомство с арт-директорами этого издания. Меня очень интересовала их работа. Я несколько месяцев изучал архивы журнала, начиная с 1960-х годов, и постепенно начал понимать, почему он считается таким авторитетным и влиятельным. Я показал им свои работы, и их оценили, поэтому, когда у них появилась вакансия ведущего дизайнера, я задалее, а впоследствии вырос до арт-директора. Я занимался вопросами моды, через одного из арт-директоров я познакомился с Уорреном. К тому времени дизайн и графика интересовали меня уже меньше, я стремился найти себе новое применение. Уоррен был настоящим ураганом, водоворотом идей. Мы заказали ему сделать снимки для раздела моды. Они получились восхитительными. Лучшие фото, опубликованные в журнале за весь год. Мы вместе занимались их обработкой и много говорили о фотографии.

**У.Д.П.:** Мы оба были открыты для экспериментов и подумали: «Почему бы не поработать совместно?»

**Н.Т.-Д.:** В первый год нашего сотрудничества мы еще оставались на своих работах, но параллельно начали совместную деятельность. Сначала это был чисто мыслительный процесс. Я продолжал работать в *The Times*, но уже понимал, что меня ждет нечто интересное. Мы говорили о новых образах, которых, по нашему мнению, еще не было в модной индустрии. Встречались утром до работы, а потом вечером, чтобы поболтать и обменяться идеями. Потом я купил мой первый компьютер, Macintosh G3.

**У.Д.П.:** В то время мало кто мог позволить себе собственный компьютер, для большинства наших друзей это была очень значительная покупка – все равно что приобрести машину.

**Н.Т.-Д.:** Мы на нем и играли, и работали – пробовали обрабатывать изображения.

**У.Д.П.:** Постепенно наши взгляды на фотографию стали меняться. Я помню, как у нас формировались представления о том, чем мы хотим заниматься. В 1999 году я должен был ехать в Париж. Именно тогда я сказал Нику, что нам пора показывать наши работы другим людям. Правда, я не знал, как их скомпоновать. В портфолио не принято включать одновременно портреты, модные фото и абстрактные зарисовки. Я стал показывать наши снимки и услышал самые положительные отзывы. Мы успешно сочетали искусство фотографии с иллюстрированием. Усваивали новые навыки. Со временем мы поняли важность освещения для получения удачных снимков. Лазерное и другое альтернативное освещение помогло нам создавать новаторские, неожиданные изображения.

**Н.Т.-Д.:** Думаю, все дело было в их новизне. Люди не могли понять, как мы добиваемся подобного эффекта, ведь мы применяли новые источники света и использовали цифровые методы обработки снимков. Мы приносили в них элементы графики, и это было оригинально и интересно. В качестве одного из первых наших совместных заказов мы сделали обложку для журнала *Dazed & Confused*.

**У.Д.П.:** Затем журнал *Creative Review* заказал нам серию снимков на восемь страниц – действительно большая работа. Оказалось, что мы с Ником делаем уникальные работы, которые, кроме нас, создают еще лишь один или два фотографа. Мы поняли, что движемся в верном направлении.

**Н.Т.-Д.:** Главное, что мы не придерживаемся никаких правил. Многие люди не понимают, как мы можем так работать, – это и арт-директора, и фотографы. Мы же просто воплощаем в жизнь собственные идеи.

**У.Д.П.:** Я делаю то, что хочу, потому что это кажется мне интересным. Я не стремлюсь к конформизму. Мне не нужны готовые формулы. Надо полагаться на собственные чувства. Наш первый коммерческий заказ мы выполняли для бренда Cacharel. Это была большая рекламная кампания – плакаты, видеоролики. Этот заказ дал нам возможность укрепиться как команде, обеспечил финансово и помог продолжить творческие поиски. Мы справились с ним, но я подумал: «Это может быть просто везением», – поэтому мы продолжали упорно работать.

**М.К.:** Я размышляла о фотографиях, которые прибегают к цифровым технологиям, и внезапно подумала, что вы используете эти технологии не как прием, позволяющий получить некий эффект, а как органичную часть процесса создания изображения. И так было с самого начала вашей совместной работы.

**Н.Т.-Д.:** В этом и заключается наш подход, который мы постоянно развиваем и совершенствуем. Мы пришли к нему, когда только начинали работать вместе. Мы думали примерно так: «Давай-ка попробуем вот это и посмотрим, что получится». Нам повезло в том, что заказы мы получали от людей, позволявших нам следовать этой философии. Один из ярких примеров таких заказов – работа с Бьорк. Она практически не вмешивалась в наш творческий процесс, не накладывала никаких ограничений. Обработка снимков заняла около полутора месяцев – мы сделали более 40 ее фотографий. Мы утвердились в своем убеждении, что цифровая обработка – это один из важнейших этапов создания изображения.

**У.Д.П.:** Мы хотели развиваться, двигаться дальше. Иногда, конечно, приходится притормаживать, чтобы не утратить равновесия, однако нельзя долго стоять на месте. Работа должна приносить радость.

**М.К.:** Обычно вы не пользуетесь готовыми решениями и прибегаете к помощи людей, изобретающих новые техники и технологии, которые применяете в своих фотографиях.

**Н.Т.-Д.:** Даже выполняя работы в графическом стиле для *Illustrator*, мы стремились не прибегать к традиционным системам фильтров. Если мы и работали с общедоступными опциями, то старались использовать их по-новому. Как будто мы нажали неверную кнопку, но получили нужный результат. Мы неделями сидели за компьютером, зачастую не добиваясь никаких результатов, однако порой делали настоящие открытия.

**М.К.:** Какое программное обеспечение вы считаете главным технологическим достижением последнего десятилетия?

**Н.Т.-Д.:** Думаю, это Photoshop. Эта программа в корне изменила подход к цифровой обработке изображений.

**У.Д.П.:** Она позволяет обрабатывать аналоговые изображения на компьютере. В начале эпохи цифровых технологий, в 1996–2000-м годах, такие возможности имелись только у специализированных компаний и больших корпораций. Сейчас же вы можете сами обрабатывать изображения на своем компьютере, если у вас есть такое желание.

**Н.Т.-Д.:** Думаю, тот, кто не умеет этого делать, сейчас находится в трудном положении. Собственно, он выбывает из игры.

**У.Д.П.:** Да, процесс цифровой обработки нужно контролировать лично.

**Н.Т.-Д.:** Работая для больших компаний, со строгими временными ограничениями и большим количеством ассистентов, следуя графику съемок и цифровой обработки, нужно активно следить за всеми рабочими процессами. Обычно фотограф работает рядом с ретушером; если не делать этого, невозможно приобрести необходимые навыки.

**М.К.:** Некоторые ваши работы свидетельствуют о виртуозном владении цифровыми технологиями – это, в частности, проект для *Massive Attack*. Однако иногда вы как будто немного отступаете назад, отказываясь от возможностей цифровой обработки.

**Н.Т.-Д.:** Да, мы делаем и это тоже. Нам нравятся крайности. В настоящее время мы стремимся к более чистым, рафинированным образам. Однако мы по-прежнему способны на взрыв. Еще не так давно, когда спецэффекты были в новинку, фотографии делали все, чтобы они бросались в глаза. Сейчас же важно, чтобы они были незаметны. Именно над этим мы и работаем. стараемся, чтобы по фотографии нельзя было сказать, что ее обрабатывали на компьютере.

#### Всемирная кампания в прессе

В поддержку нового альбома Бьорк *Greatest Hits*, 2003. Бьорк практически не вмешивалась в наш творческий процесс, не накладывала никаких ограничений. Обработка снимков заняла около полутора месяцев – мы сделали более 40 ее фотографий.



Слева и справа  
**Ария**  
Опубликовано в журнале  
*ВКС*, специальный выпуск  
«Воздух», 2006  
Мы постоянно развиваем  
и совершенствуем свой  
подход в фотографии, и в этом  
и заключается наш стиль  
работы.





**У.Д.П.:** Мы все время совершенствуем свои методы. В 1998–2001 годах наши работы называли «избыточно визуальными». Они принесли нам известность, но годились только для своего времени, потому что тогда были в повинку. Мы сделали их в попытке расширить границы привычного.

**Н.Т.-Д.:** В последнее время мы работаем также в кино, над фильмами, в которых используются спецэффекты. Сотрудничаем с самыми выдающимися мастерами в этой области, заимствуя у них некоторые приемы, которые затем переносим в свои снимки. Нас интересуют трехмерные изображения. Мы стремимся к тому, чтобы по нашим фотографиям невозможно было сказать, что на них реально, а что – плод компьютерной обработки. Хотим, чтобы зритель постоянно задавался вопросами: как они получили этот эффект? Наша цель – трехмерное изображение, застывшее в фотографическом кадре, причем в высоком разрешении. Оно должно выглядеть совершенно естественным, живым, а не вырванным из какого-то фантастического, футуристического мира.

**М.К.:** Не могли бы вы рассказать о серии снимков, которую выполняли для журнала *BIG*?

**У.Д.П.:** Каждый из номеров этого журнала выпускается новым арт-директором и посвящен конкретной теме, так что их можно считать независимыми изданиями.

**М.К.:** Как вам объяснили концепцию выпуска на тему «Воздух» и как вы воплотили эту абстрактную идею в снимках?

**Н.Т.-Д.:** Креативный редактор журнала, Тони Торрес, с которым мы были знакомы, рассказал креативному редактору выпуска, Монике Пагануччи Уолфингтон, о том, что наш стиль работы подойдет для темы «Воздух».

**У.Д.П.:** Думаю, их заинтересовали наши снимки, на которых был цветной дым, разные летучие контуры. Это был как бы абстрактный, не буквальный подход к теме. Им хотелось некой поэзии. Остальные снимки в том выпуске были довольно реалистичными.

*Слева и справа*

**Ария**  
Опубликовано в журнале *BIG*, специальный выпуск «Воздух», 2006.  
Мы стремимся к тому, чтобы по нашим фотографиям невозможно было сказать, что на них реально, а что – плод компьютерной обработки. Наша цель – трехмерное изображение, застывшее в фотографическом кадре, причем в высоком разрешении.



**М.К.:** От чего вы отталкивались, начиная работу? В этой серии изображения моделей перемежаются абстрактными световыми композициями...

**У.Д.П.:** На самом деле это не свет. Это трехмерные снимки, но модель на них выглядит так, словно специальным образом подсвечена. В этих фотографиях присутствует геометрия, которой невозможно добиться при помощи света, даже лазерного.

**Н.Т.-Д.:** Мы много работаем и со светом тоже. В данном случае мы знали, что можем использовать его как метафорическое воплощение воздуха. В принципе мы делали рекламную кампанию духов. Поэтому решили попытаться снять то, что практически невозможно перенести на бумагу — аромат, витающий в воздухе.

**У.Д.П.:** Мы хотели включить в изображение не только воздух, но и другие стили. Оно должно было получиться поэтическим, а в то же время там необходимо было присутствие элементов, традиционных для модной фотографии. Вообще мы часто снимаем для рекламы духов.

**Н.Т.-Д.:** Обычно, работая для рекламы парфюма, фотограф сталкивается с большим количеством ограничений. Мы же хотели сосредоточиться на аромате и не привлекать для съемок модель, являющуюся лицом рекламной кампании.

**М.К.:** Как долго шла подготовка к съемке?

**У.Д.П.:** Мы представляли себе, чего хотим добиться, но не на 100%. Знали, что фотографии должны быть абстрактными — с этим и пришли в студию. До этого мы работали над фильмом, где использовали трехмерные изображения. Мы хотели перенести их в свои снимки. Нам нравится работать в студии, если в ней можно воплотить идеи, которые нужны нам для конкретного проекта.

**Н.Т.-Д.:** Да, мы отталкивались от своей предыдущей работы, от фильма с трехмерными элементами. Сначала мы решили сделать восемь — десять страниц с нашими экспериментальными снимками. На них не было ничего, кроме света и воздуха, тем не менее они были очень красивы. Поскольку время не позволяло нам в точности воплотить в жизнь наши задумки, мы решили все-таки использовать в этой серии снимки модели. Нам нужно было объединить ее изображения со световыми композициями, при этом сохранив иллюзию движения. Ведь воздух находится в постоянном движении! Такая была наша цель. Мы не делали набросков, но знали, какие снимки хотим получить.

**У.Д.П.:** Мы не сразу подобрали нужные цвета. Нам хотелось, чтобы они максимально соответствовали аромату духов, которые мы рекламировали. Иногда приходилось опираться исключительно на интуицию.

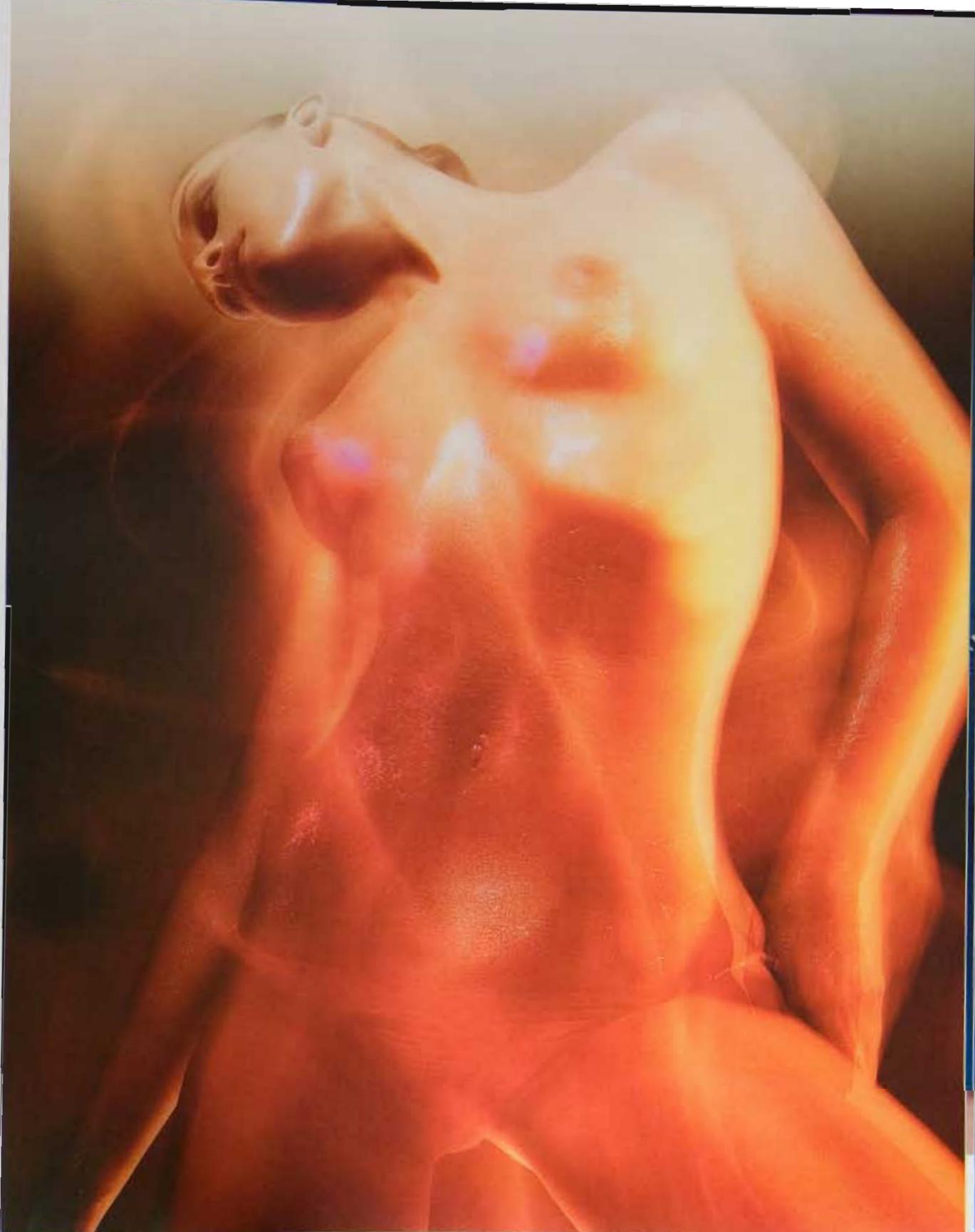


*Слева и справа*

**Ария**

Опубликовано в журнале *ВК*, специальный выпуск «Воздух», 2006.

Мы хотели сосредоточиться на аромате и не привлекать для съемок модель, являющуюся лицом рекламной кампании.





**М.К.:** Давайте поговорим о работе в студии.

**Н.Т.-Д.:** Мы хотели, чтобы на снимках модель постепенно обнажалась. Одежду ей должен был заменить свет. Эти снимки в меньшей степени подвергались цифровой обработке, свет на них остался таким же, каким был в студии, что, как мы думаем, очень важно.

**У.Д.П.:** Снимки должны были получиться скорее игривыми, чем откровенно сексуальными. Этого мы и добивались с помощью света.

**М.К.:** Не могли бы вы рассказать, как свет помогает вам создать в кадре ощущение движения?

**У.Д.П.:** Мы сочетаем несколько приемов: во-первых, используем разное освещение – вспышку и софиты, во-вторых, экспериментируем с выдержкой.

**Н.Т.-Д.:** Чтобы уловить в кадре некую эмоцию, нужно время, при этом, слишком долго держа открытым затвор, вы рискуете получить смазанное изображение. Тут нужно как следует попрактиковаться. Мы знаем некоторые приемы, с помощью которых можно добиться разного преломления света на коже модели и на окружающих ее декорациях. Иногда для этого в воздухе распыляют специальные вещества.

**У.Д.П.:** У нас были также поворотные столы, поэтому модели не нужно было двигаться самой. Стол вращается, модель стоит на нем, а мы ищем нужную нам композицию.

**Н.Т.-Д.:** На кожу моделей наносятся масла, различным образом взаимодействующие с освещением.

**У.Д.П.:** Наш рабочий процесс описать довольно сложно, там много нюансов. Мы оттачиваем свои техники уже много лет. Это не просто стандартный набор трюков и хитростей.

**М.К.:** Давайте теперь перейдем к абстрактным снимкам.

*Слева и справа*

**Ария**

Опубликовано в журнале  
*VIS*, специальный выпуск  
«Воздух», 2006

Чтобы получить одно изображение, нужно несколько сотен кадров – каждый из них состоит из световых точек, которые мы совмещаем, чтобы получить нужную нам форму или узор.

**Н.Т.-Д.:** Мы создавали их в сотрудничестве с небольшой, но очень известной компанией, занимающейся компьютерной обработкой изображений. Нам нужно было взять наши экспериментальные кадры с киноплёнки и использовать их по отдельности. Разрешение у этой плёнки невысокое, перенести изображение с него на страницу практически невозможно. Нам нужно было сделать кадры более четкими, яркими и крупными. Это очень кропотливая работа, добиться нужного нам разрешения было очень нелегко. Чтобы получить одно изображение, нужно несколько сотен кадров – каждый из них состоит из световых точек, которые мы совмещаем, чтобы получить нужную нам форму или узор. Мы получили кадры с высоким разрешением, из которых впоследствии составили задуманные изображения.

**У.Д.П.:** У себя в студии мы совместили отдельные кадры в единое целое. Это серьезный творческий процесс. У нас была целая куча файлов, которые мы объединили в комплексное изображение. Мы потратили немало времени на подбор цветов, узоров и форм.

**М.К.:** Как вы подбирали цвета для своих абстракций?

**Н.Т.-Д.:** Мы знали цветовую гамму, которая присутствовала на киноплёнке. Цвета там были не слишком яркие. Они казались недостаточно насыщенными, немного приглушенными, так как кадры были сделаны в движении. Приступая к работе в студии, мы знали, что для передачи движения предпочтительнее сделать цвета слегка размытыми. Свет на снимках должен был быть пастельных оттенков. Мы пытались создать изображения, предоставляющие простор для фантазии. Нам очень нравится находить нечто новое и воплощать это в жизнь.

**М.К.:** Удивительно, как вам удается получать столь живые изображения с помощью сугубо технических приемов...

**У.Д.П.:** Техник существует огромное количество, однако снимок получается живым, если в нем есть поэтика, фантазия. Именно к этому мы и стремимся: открывать красоту в мире компьютеров и высоких технологий.





Визуальные эффекты, которые используют Уоррен Дю Приз и Ник Торнтон-Джонс, – это результат творческого процесса; для них невозможно составить схему, как в остальных главах этой книги. Работы этих мастеров приведены здесь в качестве источника вдохновения для фотографов, стремящихся к росту и самосовершенствованию. Цель этого урока – привить вкус к экспериментированию, овладению новыми техниками и приемами цифровой и аналоговой съемки. Уоррен и Ник считают, что только так можно добиться оригинальности и того уровня профессионализма, который требуется для успешной работы в журналах и рекламе. Снимок справа был выполнен через год после выхода в свет исходной серии фотографий (пример слева), он иллюстрирует необходимость постоянного творческого поиска.

## Оборудование

Главное в работе фотографа – это воображение и способность воплощать в жизнь собственные идеи. Оборудование нужно выбирать в зависимости от того, каких результатов вы хотите добиться. Здесь сложно давать какие-либо рекомендации. Делая ошибки, вы постоянно растете, совершенствуете свои навыки, и это гораздо лучше, чем просто заимствовать чужие приемы.

## Спецификация

КАМЕРА: Mamiya 645AFD II,  
Leaf Aptus 75

СВЕТ: Broncolor вспышка, альтернативные источники света

ВЫДЕРЖКА: по необходимости

## Литература

*Fashioning the Future: Tomorrow's Wardrobe*,  
SUZANNE LEE, images by WARREN DU PREEZ and  
NICK THORNTON JONES, Thames & Hudson, 2005

*Gas Book 14: Warren Du Preez & Nick Thornton Jones*,  
DANIEL MASON, Design Exchange Co. Ltd, 2003

Фотограф использует 3D освещение, что соответствует требованиям фотографов



# Джейсон Эванс и Адам Хоув



Джейсон Эванс изучал изобразительное искусство в Университете Шеффилда Хэллама, Великобритания. В 1991 году он начал работать для журнала *i-D*, вырабатывая собственный оригинальный подход к фотографии, как художественной, так и коммерческой. Его модные снимки основаны на строгом концептуальном подходе, при этом они сохраняют броскость и привлекательность благодаря использованию неожиданных цветов, фактур и декораций. Эванс много сотрудничает с журналом *i-D* в области модной и портретной съемки. Он работает и с музыкальными группами, в частности, совместно со стилистом Саймоном Фокстоном оформляет обложки для альбомов группы Four Tet и сотрудничает с Radiohead. Его необычные двойные портреты свидетельствуют об интересе фотографа к применению новых техник, своеобразных «специальных эффектов», которых можно добиться в рамках аналоговой съемки, и одновременно его приверженности к традиционным техникам и форматам. Работы Эванса широко выставляются. Их можно видеть в Галерее Тейт и Музее Виктории и Альберта в Лондоне. У фотографа имеется собственный веб-сайт, [www.thedailynice.com](http://www.thedailynice.com), он преподает в Колледже изобразительных искусств в Фарнхеме, Великобритания.

## Фотограф и стилист

Адам Хоув – стилист. Он окончил колледж искусства и дизайна Сент-Мартин в Лондоне, где специализировался на модных тканях. В 1980-х ассистировал известному дизайнеру и стилисту Джуди Блейм, а затем занялся собственной карьерой. Он сотрудничает с такими журналами, как *032c*, *i-D*, *Arena Homme Plus*, *L'Uomo Vogue*, *Vogue Italia*, *The Face*, а среди фотографов, с которыми он работает, – Дэвид Симз, Глен Лачфорд, Дэвид Хьюз и Илеви Константи. Хоув участвует в съемках кинофильмов, музыкальных клипов и обложек для альбомов. С его помощью создавалась обложка альбома *Statues* группы Моюко с Розин Мерфи (фотография И. Константи), ныне считающаяся классикой. Он является консультантом по дизайну бренда Nike, а также партнером в фирме, выпускающей мужскую одежду под брендом Six Eight Seven Six.

Хотя в большинстве случаев стилист оплачивается более скромно и не обладает авторскими правами на фотографию, его вклад в ее создание огромен. Он воплощает в жизнь абстрактные замыслы фотографа или клиента (а то и обоих). От него зависит, как будет выглядеть декорация или модель, что на ней будет надето, какие цвета и текстуры появятся в кадре, из чего будет состоять общая композиция снимка. Зачастую именно к стилисту обращаются модные дизайнеры или бренды, а он сам выбирает фотографа для съемки. Фотографу необходимо устанавливать контакт со стилистами, чтобы получить доступ к эксклюзивным коллекциям и дизайнерам. Стилист обеспечивает фотографа поставкой необходимой одежды и аксессуаров для съемки в соответствии с выделенным бюджетом и концепцией.

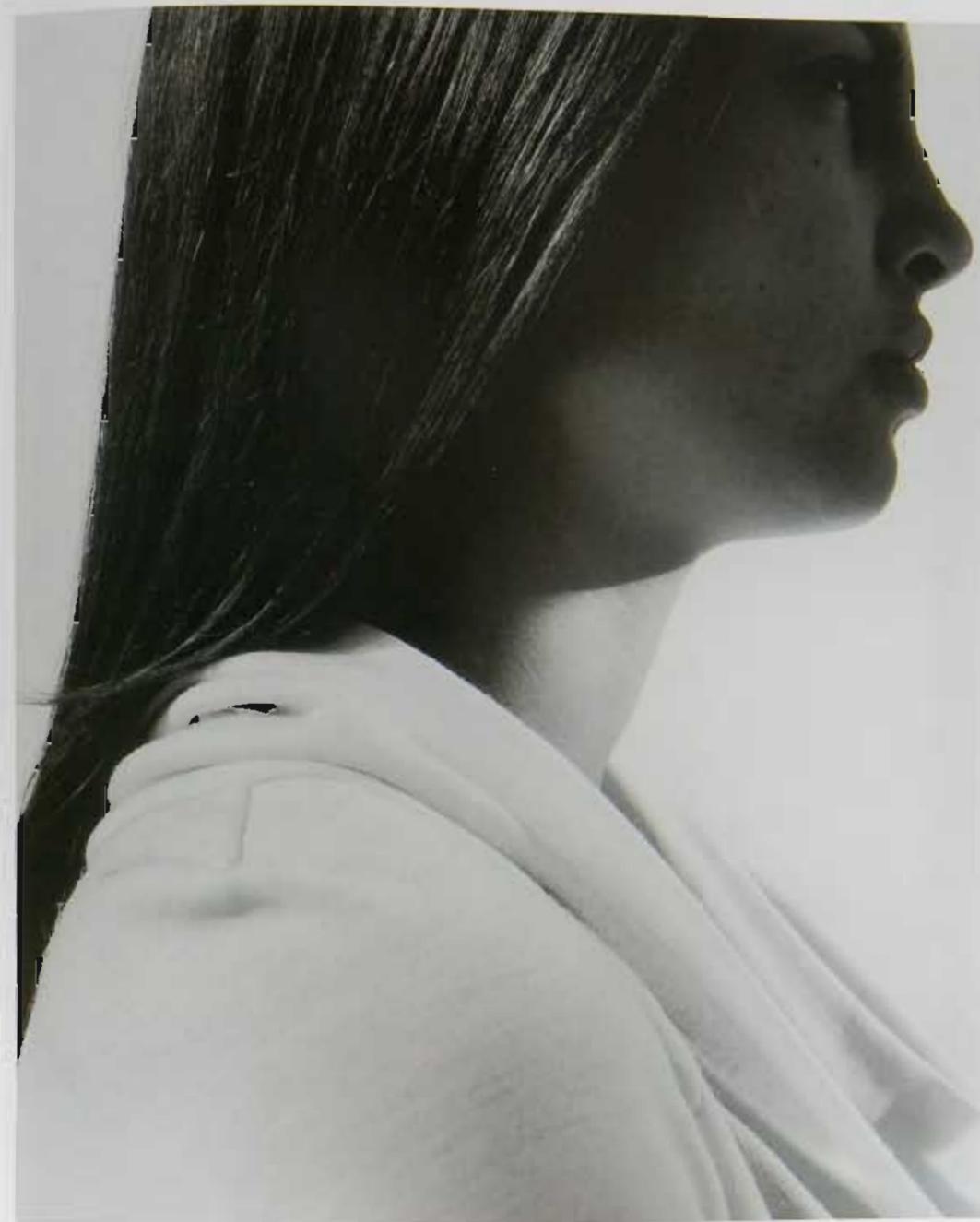
Идеальный вариант сотрудничества фотографа и стилиста – как в случае Адама Хоува и Джейсона Эванса – подразумевает, что они оба являются равноправными участниками съемки: вместе разрабатывают концепцию, отбирают модели, работают в студии, а затем редактируют изображения. Идеи Адама часто определяют стиль работы Джейсона. В данном интервью основное внимание уделяется созданию постоянно развивающихся продолжительных рабочих взаимоотношений стилиста и фотографа, основанных на доверии и понимании.

Адам Хоув выбирает не только одежду, в которой модель появляется в кадре, но и сам дух фотографии. Вместе с Джейсоном (который тоже когда-то работал стилистом) он считается основоположником модной фотографии с небольшим бюджетом, броской, «уличной», завоевавшей популярность в Великобритании в начале 1990-х годов. Развивая это направление, молодые фотографы отошли от традиций модной съемки и стали делать более обыденные, документальные фото. Как это обычно бывает, новая эстетика быстро превратилась в мейнстрим.

Есть немало других примеров стилистов и фэшн-редакторов, чьи работы формируют новые направления в модной фотографии, а не идут в русле традиций: это Джо Маккенна, Кэти Гранд, Грейс Кобб, Анна Кокберн, Саймон Фокстон, Венеция Скотт, Мелани Уорд, Нэнси Роуди Оливье Риццо. Все они трудятся наравне с фотографами, разрабатывая новый, неожиданный язык модных образов XXI века.



Справа и напротив  
Иванцал простота  
Опубликовано в журнале  
i-D, сентябрь 2005.  
Мы предпочитаем удалить из  
кадра все лишнее и делать  
снимки, которые выглядят  
непретенциозными и одно-  
временно свежими.



**М.К.:** В первую очередь я хотела бы поговорить о ваших взаимоотношениях – о сотрудничестве фотографа и стилиста. Это сотрудничество лежит в основе всей модной и рекламной фотографии. Не могли бы вы рассказать о том, как познакомились и на каких принципах основывается ваша совместная работа?

**А.Х.:** Прежде чем начать вместе работать, мы были знакомы довольно долго – около 15 лет. Для меня как стилиста наша совместная работа началась очень вовремя: я как раз пришел к выводу, что хочу значительно упростить эстетику модной фотографии. Эту идею мы обсудили с Джейсоном, и она оказалась ему очень близка. Мы оба хотели одного и того же. До этого я работал в весьма сложной стилистике и стремился отойти от нее. Мне казалось, что модная фотография выполняется не совсем правильно. Я считал ее слишком искусственной, неискренней. Мне хотелось заострить внимание на одежде: крое, тканях, фактурах. Мне нравились снимки Джейсона – они были простыми и броскими.

**Д.Э.:** Мы познакомились с Адамом в начале 1990-х годов, когда отношение к модной фотографии начало меняться. Мы довольно давно работали в этой индустрии, и нам не хотелось возвращаться к старым идеям, как это нередко происходит. Мы были против того, чтобы воссоздавать нечто, уже существовавшее ранее. Мы предпочли удалить из кадра все лишнее и делать снимки, которые выглядят непретенциозными и одновременно свежими. Эта идея тоже нова, такие работы делались и до нас, однако на тот момент оказались незаслуженно забытыми. Мы решили, что нам пора начать работать вместе, – мы оба не были довольны состоянием модной фотографии и считали, что можем привести в нее нечто неожиданное.

**М.К.:** Значит, ваша совместная работа основана на общих идеях?

**Д.Э.:** Она основана на нашем общем интересе к культуре в целом. Мы не слишком-то любим модную индустрию, однако у нас схожие представления о стиле. От них мы и отталкиваемся. Они определяют контекст наших фотографий. Кроме того, они соответствуют тому, что хотят видеть редакторы журналов. Нам очень нравится, что журналы сейчас хотят видеть простые, непризательные, консервативные снимки; такие, глядя на которые можно подумать, что они сделаны с минимумом усилий, – на самом деле это и есть настоящий авангард на фоне традиционных работ, перегруженных деталями, со сложными декорациями. Мы удаляем все лишнее и получаем удивительные фотографии. На них нет ничего, кроме одежды и человека, – иногда нет даже человека.

**М.К.:** Как вы, два молодых человека, фотограф и стилист, договариваетесь между собой в ходе рабочего процесса?

**Д.Э.:** В наших отношениях все основано на доверии и честности. Если не быть до конца открытыми, отношения рано или поздно дадут трещину. В модной индустрии найдется немало примеров отношений, основанных на циничном прагматизме. Я же полностью доверяю Адаму. Моя работа требует немалых затрат – финансовых и временных, я ставлю на кон свою репутацию – в общем, много всего.

**А.Х.:** Нередко фотограф и стилист находят друг друга через агентство. Однако из всех людей, с которыми я установил контакт через агентство, мне ни с кем не хотелось поработать повторно. В прошлом я сотрудничал с Джейсоном, Дэвидом Симзом и Плен Лачфорд – все они в то время были ассистентами знаменитых фотографов и стилистов, как и я. Постепенно наши навыки совершенствовались, мы обменивались идеями друг с другом. Это гораздо лучше, чем идти в агентство и просматривать портфолио незнакомых тебе людей.

**М.К.:** Наверняка вы работаете не только друг с другом, но и с другими фотографами и стилистами. Можете вы что-нибудь рассказать о сотрудничестве с ними?

**Д.Э.:** Бывают заказы, которые идеально подходят для какого-то конкретного стилиста. Кроме того, в разные моменты времени стилист работает с определенными идеями, на смену которым впоследствии приходят другие, – но об этом вам лучше спросить Адама. Мы знаем друг друга уже 15 лет, мы сразу почувствовали, когда наступил подходящий момент начать совместную работу. Сейчас наилучшее время для воплощения в жизнь наших идей. Мы будем разрабатывать их, пока нам это интересно, а затем станем сотрудничать с другими людьми.

**А.Х.:** Я пробовал сотрудничать с другими фотографами, которых также считаю очень хорошими, профессиональными, но у нас ничего не получилось. Эти снимки пылятся у меня в ящиках, и я ни за что не включу их в свое портфолио.

*Слева и напротив*  
**Наша простота**  
Опубликовано в журнале  
*i-D*, сентябрь 2005  
На фотографиях этой серии  
можно рассмотреть каждый  
шов, детали кроя и фактуру  
ткани.



**М.К.:** Давайте поговорим о серии снимков женской одежды, которую вы делали для журнала *i-D*. Не могли бы вы рассказать о том, как работали над ней?

**А.Х.:** Все началось с одежды.

**Д.Э.:** Я увидел фотографию теннисной юбки – это не было модное фото, она делалась в качестве иллюстрации кроя. На ней была видна каждая складочка. С визуальной точки зрения она не казалась выдающейся, однако привлекала взгляды и выглядела новаторской. Я показал снимок Адаму, и мы решили сделать похожую серию в очень простом стиле, который так ему нравится. Адам должен был подобрать вещи, которые говорили бы сами за себя. Примером такой вещи является классическая твидовая юбка от Miu Miu (напротив).

**А.Х.:** На фотографиях этой серии можно рассмотреть каждый шов, детали кроя и фактуру ткани. Мы максимально подробно отразили на снимке каждый предмет одежды. Мне пришлось изменить традиционный порядок работы, так как в первую очередь подбирал именно одежду. Обычно все происходит по-другому, стилист говорит: «У меня есть идея, есть модели, но что мне на них надеть?»

**Д.Э.:** Мне хотелось отойти от привычных «перегруженных» модных фотографий. Думаю, эти снимки «перегруженными» назвать никак нельзя.

**А.Х.:** Все, что казалось нам лишним, мы беспощадно удаляли из кадра. В этих снимках нет никакого сюжета – только одежда.

**М.К.:** Теперь давайте поговорим о кастинге.

**Д.Э.:** Для этой работы мы пригласили двух девушек. Я находился в Нью-Йорке, Адам — в Лондоне, откуда постоянно летал в Японию, поэтому мы много переписывались — отправляли друг другу по электронной почте фотографии моделей, которых нам предлагали агентства. Лица нас мало интересовали, мы знали, что хотя бы на одном из снимков лицо модели должно быть видно, иначе агентство не позволит нам использовать одну из своих девушек. Мы искали женственные фигуры. Нам не нужны были мужеподобные, истощенные «вешалки». Девушка должна была «заполнить» одежду собой, оживить ее. Так что мы выбрали двух моделей с достаточно женственными силуэтами. Я отправил их фото Адаму, и он остался доволен.

**М.К.:** Итак, вы выбрали одежду, которую хотели снимать, и нашли моделей. Где проходили съемки? В студии?

**Д.Э.:** Да. Нам нужна была недорогая студия с естественным освещением, так как мы собирались использовать солнечный свет и зеркала. Предполагалось, что свет будет идти слева, а затем отражаться от зеркала, установленного справа, и падать на модель.

**А.Х.:** Мы работали достаточно спонтанно. У нас была студия, но в принципе эти снимки можно было сделать и дома, на фоне белой стены. Обычно модная фотография ассоциируется с большой подготовительной работой, сложными декорациями и прочими роскошествами. У нас все было куда проще.

**Д.Э.:** Мы оба за простоту. Мы придерживались этого принципа еще до того, как в моду вошел визуальный минимализм со съемками в квартирах у друзей или на крышах. Мы стараемся отойти от всех традиционных установок. Нам нравится низкобюджетная, простая фотография. То же самое и в жизни: нам не нужны шоферы и многочисленные ассистенты, которые приносили бы нам капучино. Мы отлично справляемся со своей работой и без них.



**Низкий пролет**  
Опубликовано в журнале  
*V-D*, сентябрь 2005.  
Мне хотелось отойти от привычных «перетруженных» модных фотографий. Думаю, эти снимки «перетруженными» назвать никак нельзя.





**М.К.:** Адам, а что делаете вы во время съемок?

**А.Х.:** В данном случае я следил за тем, чтобы одежда хорошо сидела на моделях. Мы пригласили двух девушек с разными фигурами.

**Д.Э.:** У одной была красивая грудь, у другой – бедра.

**А.Х.:** Я не подбирал одежду для каждой из них конкретно. Я просто смотрел, что могло бы им пойти. Посмотрите на снимок синего платья – у девушки на спине веснушки. Поэтому, это замечательное фото. Но заранее я его не планировал. Я летел в Нью-Йорк без ассистента, все вещи вез сам, поэтому мне пришлось выбрать минимум одежды, а потом постараться, чтобы она как можно лучше сидела на моделях.

**Д.Э.:** Это еще одно проявление нашего доверия друг к другу. Мы можем позволить себе быть спонтанными, импровизировать. Мы знаем друг друга достаточно, чтобы представлять, в каком направлении каждый из нас будет двигаться. Работая с Адамом, я не беру с собой тысячу всевозможных объективов, а он не везет огромные чемоданы с разной одеждой. Нам очень легко друг с другом.

**М.К.:** Эти фотографии были опубликованы в журнале в рубрику, а не серии, как это обычно бывает. Их включили в отдельные подгруппы, в которых были представлены также работы других фотографов.

**А.Х.:** Я не знал, что их собираются опубликовать в таком виде. Для меня это стало сюрпризом. Джейсон, а ты знал?

**Д.Э.:** Мне сообщили об этом, но только после того, как я отправил снимки. Я сразу понял, что это нам только на руку. Мы же противопоставляли свои работы снимкам других фотографов. Нам повезло, что их опубликовали вместе. Контраст стал еще резче. Многие фотографии Тьебуот непременно печатали их снимки серии, на нескольких страницах подряд. Мы же в том, что касается работы, совсем не тщеславны. Ну разве что немного... Мы предпочитаем прагматизм. Мы сделали серию снимков и предполагали, что они так и будут опубликованы, однако все вышло по-другому, и это очень хорошо. Когда работаешь с разными журналами, тебе предлагают разные решения. Арт-директора и редакторы постоянно ищут новые идеи.

*Слева и справа:  
Низкая пролетка*  
Опубликовано в журнале  
*I-D* сентябрь 2005.  
Посмотрите на снимок синего  
платья – у девушки на  
спине веснушки. Поэтому  
это замечательное фото. Но  
заранее я его не планировал!



**М.К.:** А как вы выбираете снимки для журналов? Вы занимаетесь этим вместе?

**Д.Э.:** В данном случае после съемки мы разъехались по разным континентам. Негативы были у меня в Нью-Йорке. Я отсканировал их и отправил Адаму по электронной почте со своими комментариями. Мы всегда обсуждаем, какие снимки выбрать для журнала. Традиционно фотограф оставляет за собой последнее слово, зачастую стилист даже не видит негативов. Все зависит от того, какие между ними отношения. Я же с большим уважением отношусь к решению Адама на всех стадиях рабочего процесса. Бывает, что стилиста приглашают только на съемку, но мы с Адамом через все проходим вместе. Часто новые идеи всплывают по ходу работы. Не всегда получается осуществить все, что было задумано. Мы учимся на своих ошибках, находим новые решения, которые используем в своих следующих проектах.

**М.К.:** Вслед за серией снимков женской одежды вы снимали одежду мужскую, также для журнала *I-D*. Что в концепции этой серии было нового, что отличало ее от предыдущей?

**А.Х.:** В серии снимков мужской одежды акцент был сделан на модели. Юноша работал великолепно и стал полноправным членом нашей команды.

**Д.Э.:** Он не входит в число признанных супермоделей. На самом деле он снимается для каталогов в Германии. У него очень привлекательная внешность, но в то же время он не выглядит слишком красивым, что добавило оригинальности нашим снимкам. Он просто жил в кадре. На него можно было надеть что угодно — одежда смотрелась на нем совершенно естественно. Казалось, будто он просто перемеривает собственный гардероб.

**А.Х.:** У него была прекрасная фигура. Одежда разных силуэтов отлично сидела на нем.

**Д.Э.:** Я стремился сделать снимки как можно более простыми и естественными. Я практически не режиссировал кадры. Не тратил много пленки. Главное было, чтобы одежда хорошо сидела, — это входит в задачи Адама. Тем не менее нам не хотелось, чтобы вещи выглядели слишком «прилизанными». Если вы внимательно посмотрите на фотографии, то увидите, что одежда как будто слегка помята. Ее специально не отглаживали до хруста, не подгоняли, не скалывали булавками. Это вещи в своем естественном виде.

**А.Х.:** В тот день я забыл принести булавки! Помню, тогда же Джейсон снимал еще одну серию, с другим стилистом. — мне было очень интересно понаблюдать за этим.

**Д.Э.:** Чтобы сэкономить, я нанял студию и за один день снял в ней две серии фотографий для разных журналов.

**А.Х.:** Одну с Саймоном [Фокстоном, стилист], а вторую — со мной.

**М.К.:** Адам, а где вы находите одежду для съемок? Как объясняете свои идеи клиентам и фотографам?

**А.Х.:** С выбором одежды все стало гораздо проще благодаря Интернету. Вы можете пересмотреть кучу вещей, просто зайдя на [www.catwalking.com](http://www.catwalking.com). Стилисту остается только подобрать предметы, которые будут выигрышно сочетаться между собой. Однако журналы в последнее время требуют, чтобы стилисты привлекали рекламодателей; никто не хочет, чтобы в подписях стояло «собственность стилиста».

**Д.Э.:** Довольно сложно что-то сказать об общих принципах функционирования модной индустрии, так как они постоянно меняются. Модные дома меняют стратегию работы, журналы — тоже. Помню, раньше можно было сделать целую серию снимков с винтажной одеждой, однако сейчас такой вариант не пройдет. Модная индустрия не стоит на месте. Постоянно возникают новые идеи, которые вызывают неожиданные последствия. Нам это очень нравится.

**А.Х.:** Я очень рад, что уже так долго остаюсь в этом бизнесе.

**Д.Э.:** Как думаешь, почему?

**А.Х.:** Думаю, потому, что стараюсь не идти проторенными дорогами.

**Д.Э.:** Мало кто знает, какого труда тебе это стоит...

**А.Х.:** Да, это нелегко. Ты не можешь внушить людям свои взгляды и вкусы. Можешь только направлять и подталкивать их. Дорога к успеху редко бывает прямой и гладкой, но результат стоит того!

**Изящная простота**  
Опубликовано в журнале  
*I-D*, сентябрь 2005  
Все, что казалось нам лишним, мы беспощадно удалили из кадра. В этих снимках нет лишнего сюжета — только одежда.





Хотя эти снимки делались в студии, для съемок можно было использовать и просто квартиру. Съемки проходили при естественном освещении, с использованием трех зеркал. Модель и зеркала располагались так, чтобы свет, проходящий через окно слева, падал на зеркало справа, возвращался на другое зеркало, а затем на модель.

## Оборудование, Хоув

- Машинка для удаления катышков и пуха
- Булавки
- Ножницы
- Иголлка и нитки разных цветов
- Антистатик в спрее
- Шкатулка с украшениями и аксессуарами (цепочки, кожаные ремешки, кольца и т.д.)
- Скотч
- Паровой утюг

## Оборудование, Эванс

У меня нет стандартного набора оборудования, так как я использую разное, в зависимости от съемки, но я всегда имею при себе:

- Запасные батарейки
- Скотч
- Маркер

## Спецификация

камера: Mamiya RZ67 со стандартным объективом

свет: Дневной, три зеркала, перенаправляющие свет

пленка: Ilford Delta ISO 100, специальная проявка

выдержка: 1/125 сек. при f/22  
(NB: Некоторые снимки были сделаны внутри студии, некоторые – на террасе. Данная информация относится к более освещенным снимкам, сделанным на террасе.)

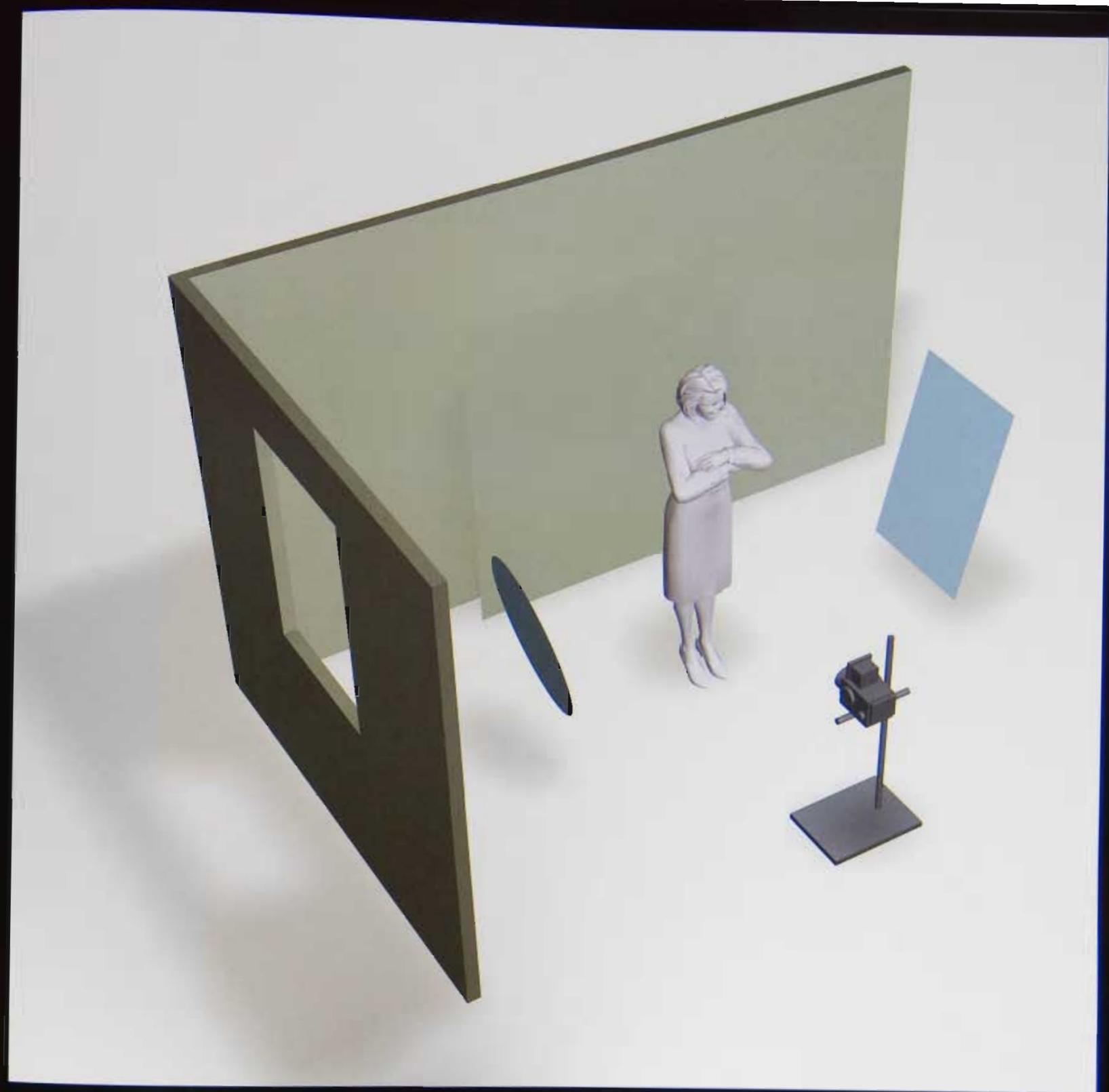
## Литература

*Der Mensch—Mein Bruder*, HELMAR LEISKI, VEB Verlag der Kunst, 1958

*The Ecstasy of Things*, THOMAS SEEIG AND URS STAHEL, Steidl Publishing, 2005

*Photography in Industry*, NIKOLAUS KARPE, ed. JOACHIM GIEBELHAUSEN, Verlag Grossbild-Technik, 1967

*Still Life*, IRVING PENN, Thames & Hudson, 2001





Дэн Холдсуорт изучал фотографию в Лондонском колледже печати (ныне – Лондонский колледж массовых коммуникаций). Сейчас этот всемирно известный фотограф снимает в первую очередь пейзажи. Его фотографии, обычно в виде крупноформатных панно, можно видеть в галереях и художественных альбомах. Как правило, на них представлены здания научно-исследовательских центров и промышленных предприятий. Среди коммерческих клиентов Холдсуорта такие марки как Orange, Nurofen, Adidas для Евро-2000, а также рекламное агентство Emery Frost (Австралия). Работы Холдсуорта участвовали в групповых и индивидуальных выставках, в том числе экспозициях «Фотография-2005» в галерее Викторни Миро в Лондоне (2005) и «На краю космоса, часть 1–3» в Национальном морском музее, Лондон (2006–2007). Его фотографии выставлены в Музее Викторни и Альберта и в Галерее Тейт, находятся в частных собраниях по всему миру. В 2005 году вышла монография Дэна Холдсуорта *Photo Works*.

Пейзажная съемка ставит перед фотографом особые задачи, например по технической организации или по композиционным решениям, некоторых из них Холдсуорт касается в данном интервью. Пейзаж может быть использован в качестве важного композиционного элемента в модной фотографии, в рекламе, особенно если речь идет об автомобилях и путешествиях.

В отличие от большинства фотографов, чьи работы вошли в эту книгу, Холдсуорт четко разделяет свои коммерческие и персональные проекты. Он регулярно выполняет заказы в сфере модной и рекламной фотографии, а также проводит съемки для своих «особых» клиентов: например промышленных предприятий. Работа, которую мы обсуждаем в интервью, выполнялась для Института современного искусства в Миддлсборо – это был весьма необычный заказ, когда клиент предоставил фотографу практически полную свободу в выборе сюжета и композиций снимков. Подобные случаи весьма редки – они происходят лишь тогда, когда заказчик полностью доверяет вкусу фотографа и находит его стиль идеальным для своих целей. В сотрудничестве с писателем Полом Шефердом Дэн Холдсуорт создал уникальный визуальный материал, который затем был обработан в студии дизайна YES. В результате получилась серия снимков с подписями, которые были размещены на рекламных щитах и опубликованы в прессе. Текст Шеферда и дизайн студии YES усилили эффект от броских фотографий Холдсуорта. Тесное сотрудничество и взаимопонимание между людьми, реализовавшими этот проект, способствовали созданию уникального рекламного продукта.

**М.К.:** Проект, над которым вы работали по заказу ММА (Институт современного искусства в Миддлсборо), в значительной мере отличается от других коммерческих проектов, упомянутых в данной книге, да и вы сами как фотограф используете слегка отличные творческие методы. Расскажите о том, как вам удается совмещать работу над коммерческими и персональными проектами.

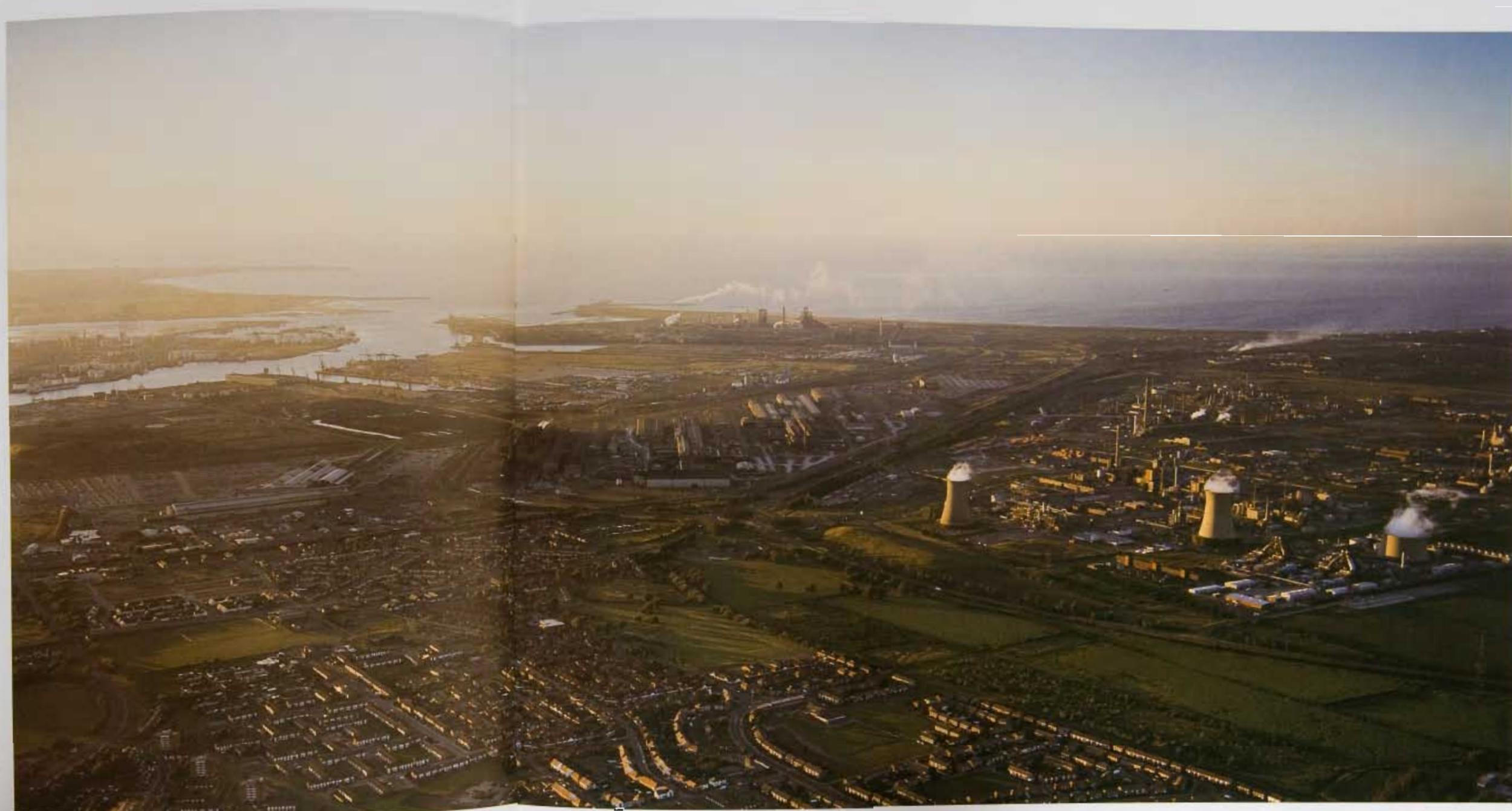
**Д.Х.:** Коммерческие проекты позволяют мне заработать деньги на то, чтобы заниматься проектами персональными. Приехав в Лондон, я первое время работал ассистентом у одного из фотографов-портретистов. Затем сотрудничал с журналами *i-D* и *lifelive*. Ныне я работаю с агентством М.А.Р., представляющим интересы модных и рекламных фотографов. Я всегда любил пейзажную съемку, однако мне необходимо было зарабатывать, поэтому я брался за коммерческие проекты. Это тоже здорово — иметь возможность зарабатывать на собственное творчество. Каждый фотограф стремится реализовать свои личные идеи.

**М.К.:** Вы познакомились со своим агентом, когда еще работали ассистентом, так что ваша работа принесла вам не только деньги, но и необходимые контакты?

**Д.Х.:** Благодаря ей я познакомился с интересными и нужными мне людьми. Думаю, мне повезло, что я так быстро завязал полезные контакты. Мой агент Джулия Браун была первым человеком, посоветовавшим мне заняться коммерческой фотографией, — это было в Лондоне, когда мне только исполнилось 19 лет. Через фотографа Джона Спинкса, ассистировавшего Юргену Теллеру, я получил работу ассистента. Некоторые из клиентов, с которыми я познакомился в качестве ассистента, впоследствии обращались ко мне с заказами. Я получил огромные знания по технике фотографии и составил себе представление о том, как работает фотоиндустрия в целом.

### География

Проект для Института современного искусства в Миддлсборо. Опубликовано в 2005. Я использую для печати лазерную. Мне стараясь запечатлеть некий отдельный момент, скорее, концептуальную сцену, которая будет отражать идею, предложенную заказчиком.



**География**  
 Проект для Института современного искусства в Миддлсборо. Опубликован в 2005. Я решил, что будет уместно сделать нечто вроде серии зарисовок, которые публикуются в *National Geographic*, — своеобразный фоторепортаж.

**GEOGRAPHICS**  
 DAN HOLDSWORTH & PAUL SHEPHEARD  
 A PROJECT FOR MIMA, MIDDLESBOROUGH INSTITUTE OF MODERN ART



**THE RIVER  
 ROLLING THROUGH  
 ITS BUSY  
 HINTERLAND  
 EXPORTING NEW  
 WORLDS**

**М.К.:** Вы — фотограф-пейзажист, и именно в таком качестве представляете в нашей книге, однако вы снимаете также и людей в рамках коммерческих проектов. Такие съемки представляют для вас сложность?

**Д.Х.:** Я практически не снимаю портреты как таковые. Я снимаю людей на фоне пейзажей — в качестве элементов изображения. Я использую длинные выдержки. Я не стараюсь запечатлеть некий отдельный момент, скорее, конструирую сцену, которая будет отражать идею, предложенную заказчиком.

**М.К.:** Давайте обсудим проект «География». Расскажите о том, как вы получили этот заказ и как работали над ним.

**Д.Х.:** Куратор MIMA, Джудит Уинтер, связались со мной. Музей должен был вскоре переехать в новое здание, которое как раз строилось. В музее знали мои работы и хотели заказать мне съемки строящегося здания. Миддлсборо — мой родной город, поэтому у меня особые отношения и с этим местом, и с галереей. Я решил, что будет уместно сделать нечто вроде серии зарисовок, которые публикуются в *National Geographic*, — своеобразный фоторепортаж. Мне хотелось, чтобы он привлекал внима-

ние к галерее и помог людям лучше узнать город Миддлсборо и прилегающую к нему местность. Некоторым может показаться, что мои снимки осветили только промышленность данного региона, — это не совсем так. Мне действительно хотелось снять индустриальные объекты, но вписав их в общий географический контекст.

**М.К.:** Снимки из этой серии представлены в виде журнальных страниц.

**Д.Х.:** Проект стал слиянием нескольких видов массовых коммуникаций. Он должен был соответствовать художественным вкусам Совета музея, его сотрудников и спонсоров. Поскольку это был коммерческий проект, мне предстояло удовлетворить запрос моего клиента.

**М.К.:** Вы работали в сотрудничестве с писателем Полом Шефердом и студией графического дизайна YES. А музей принимал участие в реализации проекта?

**Д.Х.:** Конечно! Мы работали в тесном сотрудничестве. Куратор музея уделяла проекту большое внимание. Мне хотелось,

чтобы фотографии несли позитивную нагрузку, привлекали внимание зрителя и рассказывали людям, не знакомым с нашим городом, каков он на самом деле. Идея заключалась в том, чтобы сделать абстрактную поэтическую зарисовку. Это ни в коем случае не попытка просто заснять важные объекты, расположенные в наших краях; я старался создать у зрителя представление о том, что это за город — Миддлсборо.

**М.К.:** Расскажите о вашем сотрудничестве с Полом. Текст, написанный им, весьма поэтичен, кроме того, на его восприятие влияет расположение строк — они повторяют силуэты зданий на снимках.

**Д.Х.:** Мы подумали о рекламе — о том, какую важную роль в ней играет раскладка текста, вспомнили содержательные, емкие подписи к фотографиям в *National Geographic*. Мы с Полом отлично сработались. Мы ездили в Миддлсборо и вместе, и по отдельности. Для фотографий мне важно было найти правильное освещение, выбрать нужные погодные условия и точки для съемки. У меня было достаточно времени, чтобы объехать все места, которые, на мой взгляд, характеризуют наш город и прилегающую к нему местность.



**VAPOURS  
 WREATH  
 THE  
 BLAST**



**THE  
 SOFTEST  
 EVER  
 FIREWORK  
 BILLOWING**



**AN AREA OF  
 OUTSTANDING  
 ARTIFICIAL  
 BEAUTY**

**HERE IS  
 EVERYTHING**



#### География

Проект для Института современного искусства в Миддлсборо. Опубликовано в 2005. Важно было найти верную перспективу и точку съемки. Пейзажная съемка во многом зависит от того, откуда фотографировать.



**М.К.:** Пол написал текст уже после того, как увидел фотографию? Или текст создавался отдельно?

**Д.Х.:** И текст, и снимки рождались одновременно. Это был очень увлекательный процесс. Думаю, мы довольно активно пользуемся нашим сотрудничеством. Пол – писатель, творчеством которого я увлекался задолго до того, как познакомился с ним. Он интуитивно чувствует пейзаж – то же самое, как и будучи фотографом-пейзажистом, как правило, работаю в одиночку, поэтому мне было очень приятно обменяться с кем-то своими идеями. Пол предлагал пейзажи, которые, по его мнению, стоило включить в нашу серию. Нам удалось связать между собой совершенно разные виды: и пасторальные, и индустриальные, и постиндустриальные.

**М.К.:** Когда к работе подключилась студия YES?

**Д.Х.:** Я рассказал им о своем проекте и попросил помочь в сведении текста и изображений. Сотрудничать со студией YES оказалось очень здорово. В каком-то смысле они стали посредниками между нами и музеем. Они помогли создать целостную концепцию проекта. Дизайнеры студии разработали раскладку текста – он должен был повторять контуры и силуэты элементов, изображенных на фото. Без них проект не вышел бы таким удачным.

**М.К.:** Давайте поговорим об отдельных снимках из этой серии – начнем с центрального разворота (слева). Эта фотография выглядит, пожалуй, самой простой, но только на первый взгляд, – стоит обратить внимание на свет и тончайшие визуальные эффекты. Не могли бы вы рассказать о том, как снимали этот кадр?

**Д.Х.:** Мне хотелось сделать нечто, отличающееся от моих обычных снимков, например, вот такой пасторальный вид. Я снимал на широкоформатную камеру, ранним летним утром – около 4.30 утра. Мне хотелось запечатлеть волну и деревья, растущие на берегу, в час рассвета, когда солнце только-только начинает подниматься над горизонтом. С технической точки зрения снимок действительно несложный. Важно было найти верную перспективу и точку съемки. Пейзажная съемка во многом зависит от того, откуда фотографировать. Мне нужно было забраться как можно выше. Я снимал из палисадника дома, стоящего на вершине холма, над пляжем.

**М.К.:** Сколько времени занимает поиск нужной точки для съемки?

**Д.Х.:** Много. Однажды в Норвегии, сразу после Рождества, я за три дня проехал 620 миль (1000 км) в поисках такой точки. Мне приходится подолгу искать подходящие места.

**М.К.:** Вы делаете пробные снимки или просто следите за освещением?

**Д.Х.:** Я делаю пробные снимки. Бывает, что снимаю с одной точки в разные дни. В рекламе для поиска нужных мест используются специальные ассистенты, «скауты». Они должны убедиться, что в определенном месте имеются все элементы, указанные заказчиком в брифе, а также проверить, что фотограф сможет добраться до точки, из которой их можно заснять, – в противном случае все поиски пойдут насмарку.

Дэн Холдсворт. Пейзаж

**М.К.:** Вы использовали только естественное освещение?

**Д.Х.:** Этот снимок сделан с большой резкостью, при выдержке около 8 сек. Я много экспериментирую с выдержками и редко использую дополнительный свет. Все снимки из серии *География* сделаны при естественном освещении. Я люблю работать с долгими выдержками, потому что так я могу запечатлеть то, что происходит вокруг. Я оцениваю освещенность и то, как освещенные участки будут выглядеть на негативе. Иногда я использую специальные приемы при проявке пленки. Мне нравится органическая природа процесса обработки пленки. Вы можете значительно видоизменить изображение исключительно за счет выдержки. Можете превратить день в ночь, добиться самых неожиданных эффектов.

**М.К.:** Вы обрабатываете свои снимки на компьютере?

**Д.Х.:** Большая часть из них не подвергалась никакой обработке. Мастерская, куда я отдаю печатать фотографии, отлично работает с цветом. Они знают, каких результатов я от них жду.

**М.К.:** Давайте поговорим о ночном виде (справа).

**Д.Х.:** В данном случае главным было правильно найти точку для съемки. Это промышленный комплекс, расположенный в центре города. Такие виды всегда производили на меня глубокое впечатление, и за годы работы я сделал немало подобных снимков. Я снимал с эстакады, откуда хорошо были видны все объекты, которые мне хотелось запечатлеть. Я установил камеру 5x4 на штатив, выбрал выдержку около 10 мин. Благодаря долгой выдержке в фотографии ощущается движение: дует ветер, из отверстий выходит пар. Я часто использую пленку для дневных съемок, затем слегка ее перезкспонирую и корректирую цвета перед печатью. Правда, этот снимок не проходил никакой дополнительной обработки. Зеленый свет дают флуоресцентные лампы, оранжевый – софиты. Я хотел, чтобы на фото небо получилось густого черного цвета, поэтому выбрал не слишком долгую выдержку: иначе на пленке небо выглядело бы более светлым. Мне хотелось, чтобы силуэты освещенных зданий вырисовывались на фоне черного неба, чтобы их контуры были четкими. По опыту знаю, каких результатов могу добиться, затем я ищу подходящее место для съемки, подбираю выдержку, которая поможет получить снимок лучшего качества, и, главное, слежу за тем, чтобы как можно точнее передать идею брифа, полученного от заказчика.

#### **География**

Проект для Института современного искусства в Миддлсборо. Опубликовано в 2005. Вам надо убедиться, что в определенном месте имеются все элементы, указанные заказчиком в брифе, а также проверить, что вы сможете добраться до точки, из которой их можно заснять, – в противном случае все поиски пойдут намарку.





**М.К.:** Расскажите о фотографии, сделанной с воздуха.

**Д.Х.:** На ней изображен закат над рекой Тиси и наш город. Мы долго ждали самолета в аэропорту. Это был прекрасный вечер, но пилот сильно опоздал, поэтому мы поднялись в воздух на час позже запланированного времени, когда солнце уже почти село. В конце концов оказалось, что опоздание пилота сыграло нам на руку, — снимки получились очень удивными. Я снимал с высокой скоростью затвора, около 1/60 сек., камерой Mamiya 7 со стандартным объективом, держа ее в руках. Эта камера отлично подходит для пейзажной съемки, потому что у нее фантастически резкий объектив, и вы можете очень сильно увеличивать изображение с негативов. Выставляя выдержку, и ориентируясь на темные участки земли, поэтому река получилась такой яркой. Мне приходилось снимать и с вертолета — это гораздо удобнее, так как он может зависать в воздухе, и вам не мешают крылья. Достаточно открыть дверцу и наклониться вперед — вас держат ремни. Однако к съемке следует подготовиться заранее: в вертолете не так много места, и вам сложно будет принять нужную позу. В самолете снимаешь через крошечный иллюминатор, кроме того, поле зрения загромождают крылья. Я предпочитаю снимать с вертолета, хотя это гораздо дороже.

**М.К.:** Вам нравится видеть свои снимки на рекламных щитах и в журналах, а не только в галереях?

**Д.Х.:** Мне нравится, что их видят так много людей. По-моему, это замечательно.

#### **География**

Проект для Института современного искусства в Миддлбери.  
Опубликовано в 2005.  
Идет заключаться в том, чтобы сделать абстрактную политическую зарисовку. Это ни в коем случае не попытка просто записать важные объекты, расположенные в наших краях, а старание создать у зрителя представление о том, что это за город — Миддлбери.

Дэн Холдсворт: Нетбэк



Этот снимок был сделан с использованием только естественного освещения. Фотограф стоял на эстакаде, камера располагалась на штативе, что позволило соблюсти нужную выдержку (10 минут) для передачи движения в кадре.

#### Оборудование

- Футляр для камеры Lowepro
- Камера 4 x 5 дм с двумя объективами (стандартным и широкоугольным)
- Камера 6 x 7 дм с двумя объективами (стандартным и широкоугольным)
- Дистанционное управление
- Штатив
- Экспонетр
- Вспышка
- Запасные батарейки
- Пленка
- Крышка объектива
- Сменный чехол

#### Спецификация

КАМЕРА: Wista (металл) 4 x 5 дм,  
Mamiya 7

СВЕТ: Дневной, доступное искусственное освещение

ПЛЕНКА: Kodak Portra 160VC

ВЫДЕРЖКА: Разная, от 1/60 сек.  
до 10 мин.

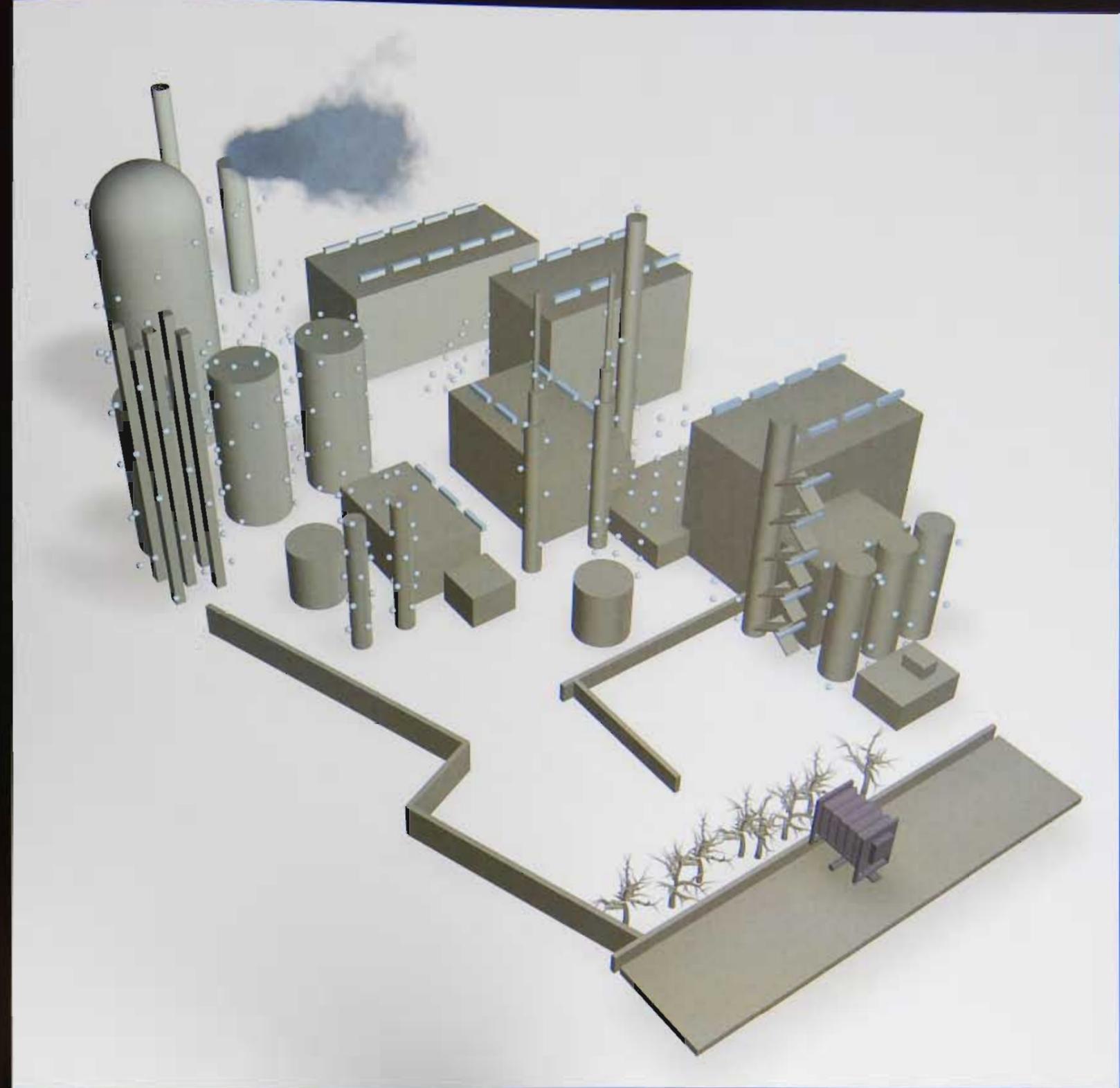
#### Литература

*Fabren Drive*, JOACHIM BRONM,  
Schaden Verlag, 2005

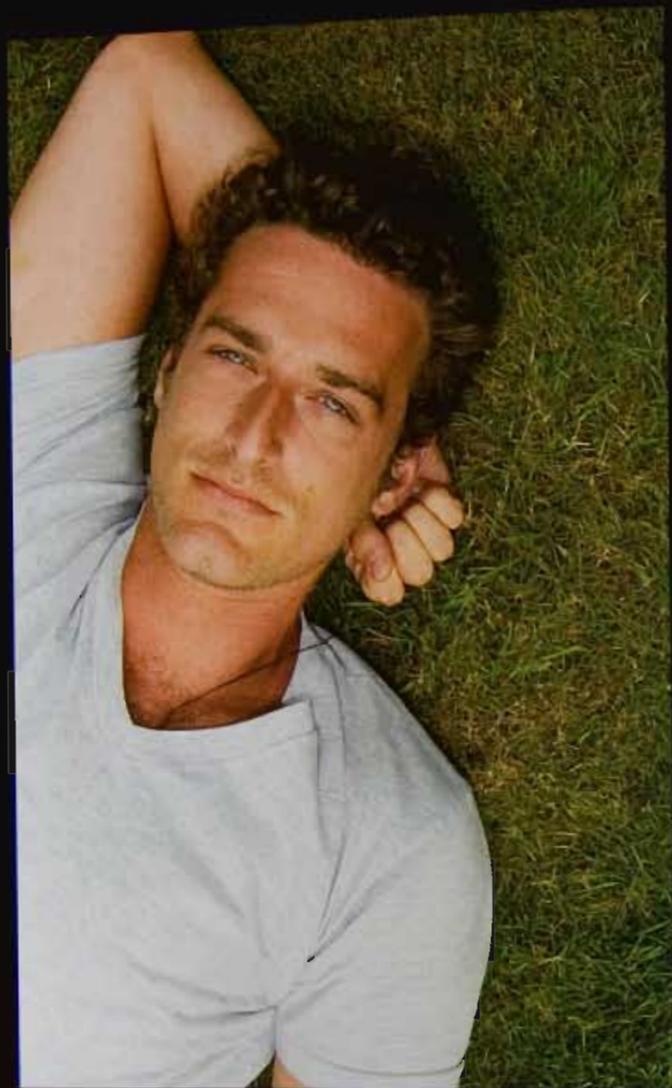
*John Riddy*, DAVID RYAN,  
Lawrence Markey, 2000

*Mexas: Photographs by Esko Mannikko*,  
MAARETTA JAUKKURI AND GARY MICHAEL DAULT,  
self-published, 1999

*Titanic's Wake*, ALLAN SEKULA,  
Camera Austria, 2003



# Алексей Любомирский



## Работа со знаменитостями

Прежде чем стать помощником Марио Тестино, Алексей Любомирский защитил диплом по фотографии. В настоящее время он живет в Нью-Йорке и регулярно делает снимки для *Harper's Bazaar*, в основном модных знаменитостей, включая снимки для обложек с Гвен Стефани, Дженнифер Энистон, Деми Мур, Кейт Бланшетт, Терри Хатчер, Рене Зеллвегер, снимок обнаженной беременной Бритни Спирс. Он часто сотрудничает с ведущими стилистами, такими как Грейс Кобб и Брану Вольф, работает для журналов *Pop*, *Wonderland*, *The Face*, журнала *V*, *L'Uomo Vogue*, *L'Officiel* и российской версии *Vogue*; а также делает рекламные снимки для Valentino, L'Oréal, Lancôme и Ellen Tracy. Сюжеты Любомирского со знаменитостями ясно показывают те качества его моделей, которые сделали их звездами. В то же время в его снимках нередко проявляются юмор или чувствительность моделей, прославляя их красоту и блеск. У него врожденное понимание того, как подобрать одежду для моделей, чтобы они выглядели наилучшим образом.

Снимки знаменитостей, которые могут быть или не быть профессиональными моделями, ставят перед фотографом множество уникальных проблем. Стоит также отметить, как это впоследствии делает сам Любомирский, что работа с известной моделью в рамках модной фотографии существенно отличается от обычного портрета (что также следует учитывать при работе с современными журналами).

Материально-техническое обеспечение съемок знаменитостей может быть очень сложным, в зависимости от телосложения обоих, фотографа и его модели. Это нередко обсуждается на достаточно раннем этапе между журналом, стилистом и агентом модели, в результате чего определяются параметры публикации. Фотограф может не знать сюжета снимка до дня съемки, и, скорее всего, у него будет совсем немного времени для работы с ним. Возможно, на то, как должна выглядеть знаменитость, будут наложены некоторые ограничения, и почти всегда на начальном этапе на съемках присутствует команда поддержки знаменитости. Современные журналы должны постоянно поддерживать интерес публики к знаменитым людям, поэтому больше шансов привлечь внимание имеют те снимки, на которых персонаж носит одежду, отличающуюся от его привычного стиля. В этой главе Любомирский блестяще определяет свои методы работы в подобных ситуациях и объясняет, как он заставил Деми Мур улыбаться на одном из своих последних снимков для обложки журнала *Harper's Bazaar*.



*Слева*  
**Новая жизнь**  
**Дженнифер Энистон**  
 Опубликовано в *Harper's*  
*Vaquin*, сентябрь 2006 года.  
 За первые пять минут вы  
 должны сразу определить,  
 кто этот человек и как он  
 хочет, чтобы вы с ним рабо-  
 тали. Эти первые пять минут  
 необыкновенно важны.

*Справа*  
**Дени Мур,**  
**следующее действие**  
 Опубликовано в *Harper's*  
*Vaquin*, сентябрь 2005 года.  
 Каждый раз, когда мы гово-  
 рили об Эштоне Катчерс,  
 я видел ее горящие глаза.  
 Я сказал помощнику: «Пойди  
 и распечатай его снимок  
 в формате А4». Когда она ко-  
 вратилась в студию, я при-  
 класил его портрет себе  
 на лоб. Она засмеялась,  
 и обложка была готова.



**М.К.:** Привет, Алексей. Я каждый раз вначале спрашиваю у всех, как они сумели войти в этот бизнес. Мне также особенно интересно, насколько важен был для вас опыт ассистирования Марио Тестино?

**А.Л.:** Я изучал фотографию в Брайтоне в течение трех лет. За шесть месяцев до окончания начал обходить всех, чьи телефоны я сумел достать, и говорить, что хотел бы показать им, что я уже сделал, и спросить их, что мне следовало бы изменить в моей работе, если бы они согласились нанять меня.

**М.К.:** Здорово, я думаю, что я тоже хотела бы так сделать.

**А.Л.:** У меня было небольшое портфолио с цветными распечатками всех снимков, сделанных мной в колледже. У сотен людей, которых я обошел, лишь Камилла Лоугар сказала, что она не стала бы менять ничего в моем стиле работы и предложила зайти к ней, когда я закончу учебу, что я и сделал. Она спросила меня, не желаю ли я стать ассистентом, поскольку Марио Тестино искал помощника, и она подумала, что я отлично подойду для этой работы. Я согласился.

**М.К.:** Как долго вы с ним работали и что именно вы делали?

**А.Л.:** Четыре года. Это был бесценный опыт. Увидеть и понять, как он завоевал мир фотографов, было очень интересно. Это была 24-часовая работа, семь дней в неделю. Мы делали все: грузили оборудование и камеры, ставили освещение, редактировали, заказывали печать, помогали редактировать книги, помогали монтировать сюжеты и т.д.

**М.К.:** Как вы перешли к самостоятельной работе?

**А.Л.:** Я начал делать пробы, но с Марио это было трудно, потому что мы очень много работали. Мне повезло, что Джанетта [Вилер, модель] была моей подругой, так что мы действовали вместе. Всем ассистентам – вспомогательным стилистам, парикмахерам, визажистам – пришлось собраться вместе и договориться о создании проб. Мы договорились сделать снимок в ванной Джанетты. У меня не было денег на освещение, так что мы установили достаточно длинную выдержку при электрическом свете. Мы сделали приблизительно восемь снимков. Я показал их Кэти Гранд, и они ей понравились. Она поместила их в *The Face*. Это было три года назад. После этого я сделал еще один пробный снимок, который появился в российской версии *Vogue*, и Кэти Гранд попросила меня сделать еще несколько портретов для *For*. Наступил этап, когда меня стали просить сделать тот или иной снимок, так что я решил уйти и сделал это.

Алексей Любомирский. Работа со знаменитостями



**Дэми Мур.**  
**Следующее действие**  
 Опубликовано в *Harper's Bazaar*, сентябрь 2005 года.  
 Когда актеры делают рекламный снимок, совсем необыкновенно, чтобы они были мастерами этого профиля. Но я должен быть мастером в этом деле, поэтому именно я должен стать тем человеком, который творит волшебство, и проследить за тем, чтобы все было правильно.

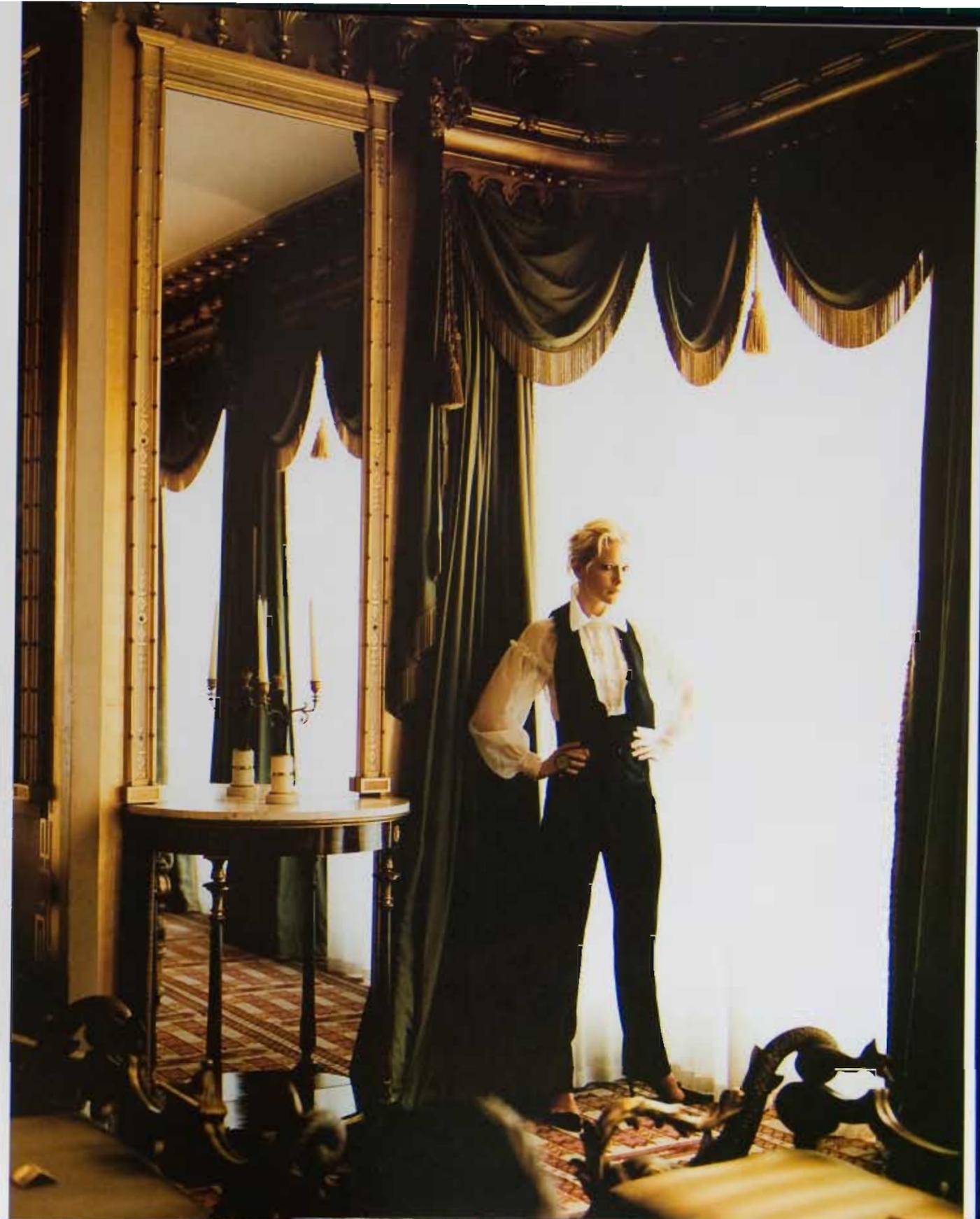
**М.К.:** Марио много снимал очень заметных людей, и даже королевских особ. Многому ли вы научились у него, как работать в подобных ситуациях?

**А.Л.:** Естественно. Многие актеры любят играть роли, но, когда речь идет о съемках рекламных фотографий, для них это совершенно непривычный мир. Некоторым из них он нравится, некоторые его ненавидят. Неистово! Помимо прочего, я научился у Марио создавать комфортную атмосферу. Он показывал им, что уверен в себе, я заметил, что эта уверенность передавалась клиентам, потому что они чувствовали, что они в надежных руках. Он не волнуется, так чего же мне волноваться? И теперь всякий раз, снимая знаменитых людей, я делаю то же самое. Когда они входят, я здороваюсь и позволяю им сразу отправиться поправить волосы и косметику. После этого они чувствуют себя лучше, потому что выглядят отлично. Вот тогда я захожу и начинаю разговаривать. Я спрашиваю у них что-нибудь. За первые пять минут вы должны сразу определить,

кто этот человек и как он хочет, чтобы вы с ним работали. Вам нужно, чтобы они доверяли вам. Вы должны уметь читать язык тела. Наиболее важны эти первые пять минут общения.

**М.К.:** Первые пять минут? Мне нравится! Идем дальше. Как вы добиваетесь того, чтобы актер стал моделью рекламной фотографии? Как вы работали с Кейт Бланшетт для *Harper's Bazaar*?

**А.Л.:** В журнале очень важны стилисты. Они с самого начала должны составить представление о том, как одеть актера и что необходимо для сюжета снимка. Если вы просмотрите сюжеты в *Vanity Fair* или *Harper's* или в *Vogue*, вы очень редко встретите снимки звезд в студии. Что касается Кейт Бланшетт, то она имела такой величавый вид, что мне захотелось поместить ее в столь же величественное место. Я не могу уверенно утверждать, что это модная публикация, но этот снимок в большей степени относится к моде, чем к съемкам знаменитости. Снимок Кейт Бланшетт был образом или ролью.



**Кейт Шайнс**  
 Опубликовано в *Harper's Bazaar*, август 2005 года.  
 Что касается Кейт Бланшетт, то она имела такой величавый вид, что мне захотелось поместить ее в столь же величественное место. Этот снимок стал образом или ролью.



**М.Х.:** Как вы считаете, в целом актеры – хорошие модели? Получается ли у них держать себя естественно?

**А.Д.:** По-разному, но вы должны сделать что-нибудь, чтобы помочь им в этом. В чем-то они могут быть просто великолепны. Еще я обязательно стараюсь найти их характерные черты. Так, когда я снимал Дженнифер Энистон на пляже, я сказал, что «хочу, чтобы вы были Мэрилин Монро». Она была в большом уютном свитере. С Деми Мур все было по-другому, потому что тем было меньше, но мне было совершенно необходимо заставить ее улыбаться для обложки. Мы снимали два дня, и я заметил, что каждый раз, когда мы говорили об Остине Катчере, ее глаза светились, поэтому в конце второго дня я сказал ассистенту: «Пойди и распечатай его снимок в формате А4». Когда она возвратилась в студию, я приклеил его портрет себе на лоб. Она рассмеялась, и обложка была готова (см. с. 105). Когда я впервые делал цифровые снимки, было немного труднее. Когда вы снимаете на пленку, в первый раз вы делаете снимок на поляроиде, смотрите на него, на все в порядке, потому что свет может быть выставлен не совсем верно, так что таким образом вы все проверяете. При съемке фильма очень удобно использовать мониторы. Это очень подходит для актеров, потому что это их ремесло. Они могут посмотреть на себя, на то, что они делают, и проанализировать, как они двигаются и реагируют. Когда актеры делают рекламный снимок, совсем необязательно, что они будут мастерами этого профиля. Но я должен быть мастером в этом деле, поэтому именно я должен стать тем человеком, который творит волшебство снимка, и проследить за тем, чтобы все было правильно.

**Новая жизнь**  
**Дженнифер Энистон**  
Опубликовано в *Harper's Bazaar*, сентябрь 2006 года.  
Еще я обязательно стараюсь найти их характерные черты. Так, когда я снимал Дженнифер Энистон на пляже, я сказал, что «хочу, чтобы вы были Мэрилин Монро». В этот было все о больших уютных свитерах.

Алексей Любимарский. Работа со знаменитостями



**Дэми Мур,**  
следующее действие  
Опубликовано в *Harper's*  
*Vogue*, сентябрь 2005 года.  
В журнале очень важна сти-  
листика. Они с самого начала  
должны составить представ-  
ление о том, как должен быть  
одед актер и что необходимо  
для сюжета фильма.



**М.К.:** Стараетесь ли вы встретиться с объектом съемки до фотосъемки, и, если вам не удастся это, как вы формулируете и выражаете идею, тему или характер?

**А.Л.:** Мы в журнале придумываем идею заранее. В случае с Кейт Бланшетт из-за ее графика было решено, что все должно происходить около Лондона. Она жила тогда в Брайтоне, так что я подумал о брайтонском павильоне. Сюжет сформировался на основании места и того, что я думал о ней. Я не разговаривал с ней до дня съемки, но, по-моему, представители журнала заранее обсудили идею снимка с ее агентом по печати и рекламе. Кроме того, они знали, что снимок будет делаться для *Harper's*, так что одежда должна быть в классическом стиле, она сама – великолепна. У меня есть большая коллекция книг с фотографиями и множество файлов с изображениями. Перед каждой съемкой я показываю изображения в надежде, что это поможет человеку войти в образ. Например, для Элистон это были снимки Мэрилин Монро. Кейт Бланшетт я показывал снимки Грэйс Келли и Одри Хепберн. И та, и другая были элегантны и утонченны. Возможно, им пригодится тот или иной снимок, та или иная поза или просто настроение. Они помогают, потому что, когда в конце дня вы пытаетесь описать кому-то то, что вы хотите, вам необходимо использовать любой доступный инструмент, чтобы объяснить это. Хотя иногда, как бы вы ни были готовы к съемкам, это ничего не меняет, и все нещадно критикуют выбор места.

**М.К.:** Что вы делаете, если начали работать, а всем не нравится выбор места или если объекту съемки неудобно в выбранной одежде?

**А.Л.:** Необходимо с этим работать. Нет никакого смысла пытаться заставить кого-то реализовать идею, которая ему активно не нравится. Я хочу, чтобы они наслаждались процессом съемки. Возможно, если кому-то не нравится идея снимка, это означает, что существует другой сюжет, лучше. Обычно я стараюсь иметь запасной план съемки, но иногда приходится импровизировать, что может привести к результату, который вы совершенно не ожидали получить.

**М.К.:** Когда вы делаете снимок для журнала, в чем его отличительная особенность? Если бы вам пришлось делать традиционный портрет Кейт Бланшетт, скажем, для *Pop*, каким бы он был?

**А.Л.:** Я думаю, что это зависит от того, для какого журнала вы делаете снимок. Если вам не приходится волноваться за одежду, волосы и косметику, то мне кажется, что у вас будет больше возможности добраться до более важных аспектов личности человека. Снимая для *Harper's*, вы пытаетесь этого добиться, но при этом вы стараетесь внести в снимок то, что поможет продать журнал. Мне нравятся портреты Арнольда Ньюмана. Он был удивительным фотографом. Он мог взять некий элемент из мира конкретного человека и включить его в фотографию. Для меня это и является портретной живописью. Если вы снимаете молодого актера для журнала вроде *Wonderland*, вы можете пойти немного дальше. Вы можете сделать его более брутальным, раскрутить прическу, косметику или одежду. Но даже когда я делаю это, я все же предпочитаю делать людей красивыми, даже если у них глаза обведены черным контуром и сумасшедшая экзипировка!

*Слева*  
**Кейт Шайне**

Опубликовано в *Harper's*  
*Vogue*, август 2006 года.  
У меня есть большая коллекция книг с фотографиями и множество файлов с изображениями. Перед каждой съемкой я показываю изображения в надежде, что это поможет войти в образ.

*Справа*  
**Новая жизнь**

**Дженнифер Элистон**  
Опубликовано в *Harper's*  
*Vogue*, сентябрь 2006 года.  
Иногда мне приходится пытаться заставить кого-то реализовать идею, которая ему активно не нравится. Я хочу, чтобы они наслаждались процессом съемки.





Свет и сирень  
**Кейт Шайнс**  
Опубликовано в *Harper's  
Vogue*, август 2005 года.  
Свет подбирается по вкусу.  
Некоторые люди выглядят  
лучше при прямом освеще-  
нии, другие — при освещении  
сбоку, а некоторых лучше  
освещать немного сверху.

**М.К.:** Есть ли у вас какие-то технические приемы или трюки, которые помогают вам добиться этого?

**А.Л.:** Существует множество различных трюков, но не существует таких, которые постоянно приводят к успеху. След необычно важен. Некоторые люди выглядят лучше при прямом освещении, другие — при освещении сбоку, а некоторых людей лучше освещать немного снизу. Вы просто подбираете это по ходу работы, и я уверен, что здесь я многому научился у Марко, хотя он никогда не читал мне никаких лекций по этому вопросу.

**М.К.:** Что вы можете сказать о сюжете с Кейт Бланшетт?

**А.Л.:** Это было великолепно. Она — прекрасная актриса, что бы я ни делал! Она была самым удобным для съемки человеком, ее изящество очень естественно. Съемки проходили в комнате с красивым светом, проникающим через огромное окно. Не только Кейт Бланшетт, большинство людей хорошо выглядят, если вы поставите их рядом с окном! Это контрастно, и вы можете передвигаться вокруг. Вы можете сделать так, чтобы свет лился прямо на лицо, сбоку, как угодно, — все подходит.

**М.К.:** Вы использовали какое-то другое освещение в этом сюжете?

**А.Л.:** Нет. Использовали только естественное освещение. Это была большая длинная комната, освещавшаяся рядом из шести огромных окон. Вы не видите их, но я проследил за тем, чтобы она стояла напротив одного из них. Вы не можете видеть окно, только свет, проникающий через него. Свет из окна, которое было к ней ближе всего, освещает ее, а следующее окно в комнате освещает стол за ней и так далее. Я просто развернул ее лицом к свету. Одновременно важно сказать еще вот что: глядя на объект, неподвижный или перемещающийся, вы можете увидеть то, что получите, так что я советовал бы вам поснимать в дневном свете, чтобы понять, какое освещение лучше для того или другого человека.

**М.К.:** Сейчас вы живете в Нью-Йорке, но раньше вы обычно жили в Лондоне. Есть ли какие-то различия между работой модного фотографа в этих двух городах?

**А.Л.:** Нью-Йорк быстрее, как мне сейчас кажется. В Нью-Йорке задача всех и каждого — работа. В этом городе кажется, что нет ничего невозможного. В нем ощущается огромная энергия.





Съемка при естественном освещении позволяет вам определить, какое освещение лучше для данного человека. Это очень мягкий свет, и вы можете разворачивать человека по кругу, наблюдая за возникающими при движении эффектами. Это изображение было сделано в длинной комнате с рядом окон от пола до потолка. Модель была помещена лицом к потоку света, льющегося через одно из них. Свет, льющийся через другое окно, освещал комнату за ее спиной и часть стола.

## Оборудование

- Цифровая камера Hasselblad H1
- Вспышка Profoto
- Индивидуальность!

## Спецификация

КАМЕРА: Pentax 67II

СВЕТ: Естественное освещение

ПЛЕНКА: Kodak Portra 160VC

ВЫДЕРЖКА: 1/60 сек. при f/5,6

## Литература

*The Fashion Makers: An Inside Look at America's Leading Designers*, BARBARA WALZ AND BERNADINE MORRIS, Random House, 1978

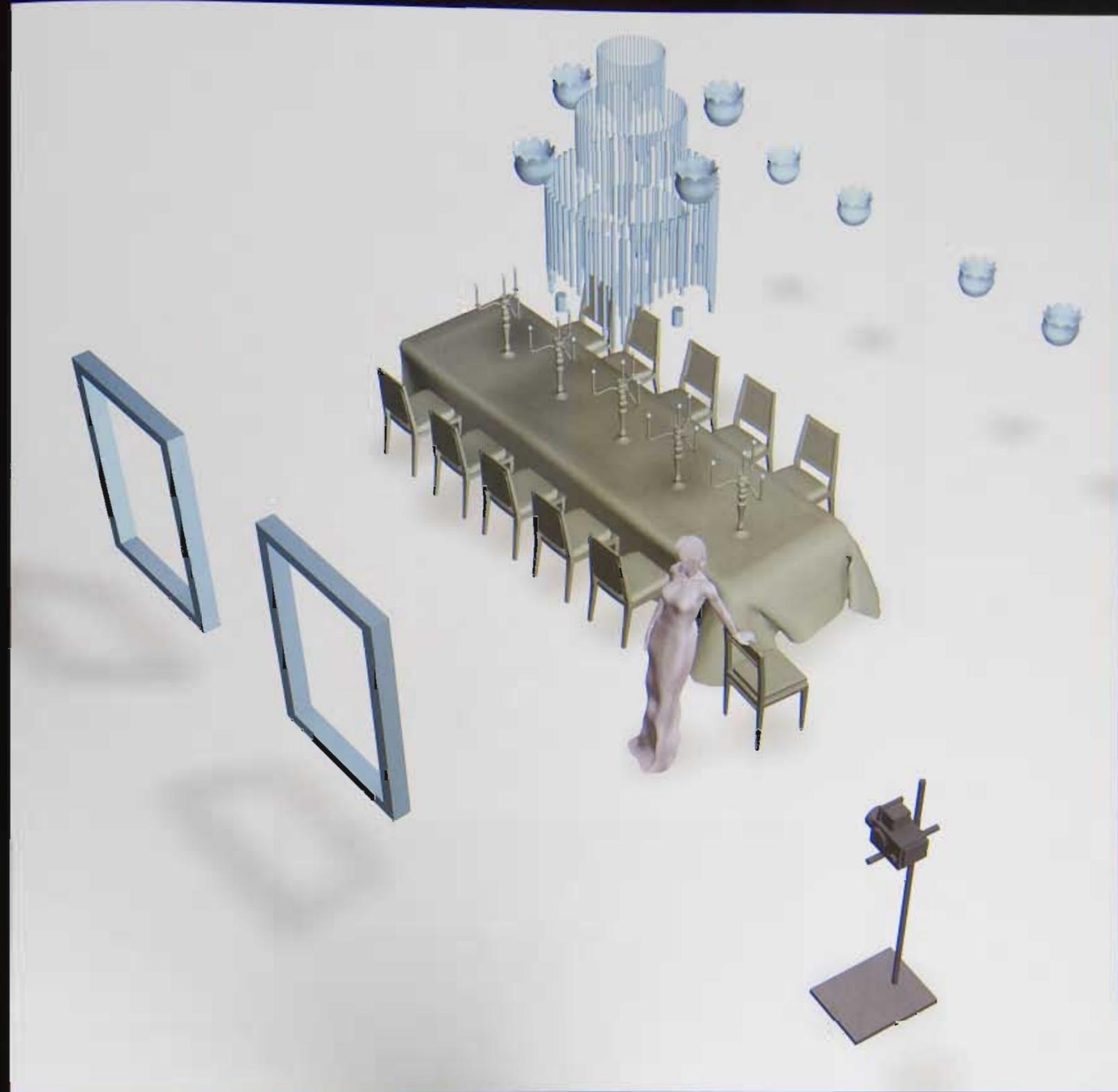
*In Focus: National Geographic Greatest Portraits*, National Geographic, 2004

*Inside Hollywood: 60 Years of Globe Photos*, RICHARD DENELT, Könemann, 2001

*Jeanloup Sieff: 40 Years of Photography*, JEANLOUP SIEFF, Benedikt Taschen Verlag, 1996

*John Cowan: Through the Light Barrier*, PHILIPPE GARNER, Schirmer/Mosel Verlag GmbH, 1999

*Once Upon a Time*, SLIM AARONS, Harry N. Abrams, 2003



# Тоби Макфарлан Понд



## Натюрморт

Тоби Макфарлан Понд изучал дизайн, интересовался музыкой и абстрактным искусством, затем стал ассистентом у Тревоора Кейса (известного своими обложками для альбомов) и занялся коммерческой деятельностью. Макфарланд Понд – один из наиболее оригинальных и креативных изготовителей изображений в редакционных статьях и рекламной фотографии. Он также работает над личными проектами и, помимо писательства, редактирует журнал *Big*. Его работу, известную своими веселыми легкими рисунками, трудно категоризировать под стиль торговой марки. Он с одинаковой легкостью создает изображения, навеянные голландскими натюрмортами, и снимки, вдохновленные игрой света и тени на стене его студии. Макфарлан Понд описывает технологический процесс как родственное решению проблемы. В его работе это выглядит так, как если бы свет физически регистрировал какую-то энергию и удовольствие от его экспериментирования и взаимодействия с объектами, к которым он обращает свою камеру, взгляд и сознание. Он регулярно работает для *Pop*, *Arena Homme Plus* и *Big*. Среди его заказчиков рекламы фирмы Audi, водка «Абсолют», Prada, а также Tommy Hilfiger, аромат Calvin Klein, Ritz Fine Jewellery, и защитные очки от Philippe Starck.

Основное содержание этой главы – описание международной рекламной кампании Макфарлана Понда для фирмы Adidas. Натюрморт – еще одна дисциплина, которая включает различные виды объектов, которые могут быть сфотографированы по отдельности, в деталях или как часть общей композиции, включая духи и косметическую упаковку, автомобили, вещи типа сумочек, обуви, часов, сотовых телефонов и драгоценностей, даже предметы для ухода за телом.

Думая о подходящем примере, охватывающем столь широкий диапазон деятельности, я остановилась на работе Макфарлана Понда с рекламным агентством TBWA\Chiat\Day, выполненной с огромным талантом, глубокой продуманностью и постоянным вниманием к деталям. В работе Макфарлана Понда также огромное внимание уделено потенциалу и сложности приемов обработки изображений, в данном случае – съемке и соединению двух объектов, при этом создавая в целом зеркальный эффект. Исходное допущение – сопоставление исторических, старых школьных изделий с их современными аналогами. В результате изображения продвигают на рынке новую обувь как желанный для потребителя товар, так и доверие к Adidas как к престижной торговой марке, ставшей уже исторической. В фотографии натюрморта очень важно, просто необходимо равновесие между свободой редакционного изображения и требованиями заказчика рекламы. Возможно, даже больше, чем в других областях коммерческой практики, для фотографа натюрморта важно построить портфолио, содержащее наглядную демонстрацию применения технических навыков и образности. В этом случае клиенты могут представить возможности фотографа в приложении к их собственным изделиям, позволяя ему предложить и развить уникальные визуальные решения их задач.

**М.К.:** Тоби, мне очень нравится способ исследовать объекты и преобразовать их из чего-то обычного в нечто очень красивое и неожиданное. Меня заинтересовал ваш особый интерес к фотографии натюрморта в противоположность, скажем, моде, портрету или пейзажу.

**Т.М.П.:** Если вы, как и я, работаете в коммерческой среде, вы ограничены в том, что вы делаете, но я не думаю о себе только как о художнике — фотограф натюрморта. Я не собирался стать фотографом натюрморта. Я занимался дизайном в Art College. Я по-настоящему интересовался музыкой. Я собирал обложки альбомов и хотел работать в музыкальной индустрии. В промежутке я помогал фотографу Тревору Кею [1947–1995]. Он — настоящий герой. Я на самом деле думаю, что он один из незаметных героев фотографии XX столетия. Он работал с Джейми Рейдом в *Sex Pistols*, с Питером Савиллом в *New Order* и с Джоном Дивизионом [обложки для альбомов]. Я выбрал не натюрморты. Мне просто нравились абстрактные образы для обложек альбомов. Что мне нравится в натюрморте — то, что он может стать элементом множества крупных коммерческих работ, или я могу делать их, находясь один в студии, где играет музыка, и продумывая картины. Я люблю учиться. Это очень успокаивает. Мне кажется, что я решаю задачки.

**М.К.:** Мне кажется, решение проблемы — хороший способ описать этот процесс.

**Т.М.П.:** Меня главным образом интересует не сам объект. Мне нравится идея. Я нахожусь на этапе, когда я люблю сам процесс. Я думаю, очень важно, чтобы фотография приносила радость.

**М.К.:** Натюрморт иногда кажется мне очень искусственным.

**Т.М.П.:** Мои натюрморты кажутся мне несколько беспорядочными, мне так больше нравится. Я стараюсь не убить то, что я фотографирую, что бы это ни было. Мне нравится, как свет взаимодействует с предметами. Мне нравится, как свет падает на предметы. Самое главное в натюрморте — заставить свет сделать то, что вы хотите. Вы определяете границы и творите в них свою вселенную. Но идея полной подконтрольности предметов мне не по душе. Я всего лишь создаю пространство, в котором свободно царит свет. Я не сжимаю его. Я просто фиксирую результаты. Я работаю согласованно. Если отражение беспорядочное, я совсем не тревожусь, я люблю немного хаоса. Я беспокоюсь только о свете!



*Вздох и справа.  
Ее темные материалы*  
Полиролдские снимки для  
сважета, опубликованного  
в *Pop*, весна/лето 2005 года.  
Если вы думаете, что идея  
ничем не смыслом, — не стоит  
делать этого. Ощущение  
чувствовать ответственность  
за свою работу, даже если она  
коммерческая.



**М.К.:** Вы не только снимаете роскошные изделия, вроде обуви, автомобилей и духов, которые некоторые люди представляют при упоминании о подобных фотографиях. Вы снимаете красоту и моду как часть натюрморта. Как вы думаете, есть ли какое-то различие между этими способами работы?

**Т.М.П.:** Я сделал моду для *For* [журнал].

**М.К.:** *For* – хороший пример, потому что вы делали снимки для каждого их выпуска.

**Т.М.П.:** Да. За пять или шесть лет.

**М.К.:** Когда я открываю журнал, я всегда встречаю какую-нибудь вашу новую работу. Вы упоминали, что для вас очень важен процесс. Как этот процесс начинается? Вы начинаете с предметов, которые вам дает для работы редактор?

**Т.М.П.:** Я не думаю о процессе, когда начинаю или заканчиваю работу. У редактора больше свободы. Обычно я раскладываю предметы, позволяя им предложить мне идею. Иногда Кэти [Гранд, модный стилист и редактор *For*] может добавить несколько слов. В настоящее время мы делаем снимок, который начинался с нержавеющей стали, а закончил я тенями от деревьев на стене студии в дневном свете. Я исследую предметы. Я не терплю, когда приходится видеть одну и ту же картину множество раз. Я постоянно ищу новые идеи. Существуют редакционные обязательства перед рекламодателями, но что касается Кэти и меня, она один из тех немногих людей, которые просто позволяют мне следовать моим путем. Только для *For* я могу уработать в моей собственной студии, потому что я очень много работаю в Штатах. Мне все еще это очень нравится.

**М.К.:** Есть ли сюжет, снятый для *For*, который вам особенно нравится?

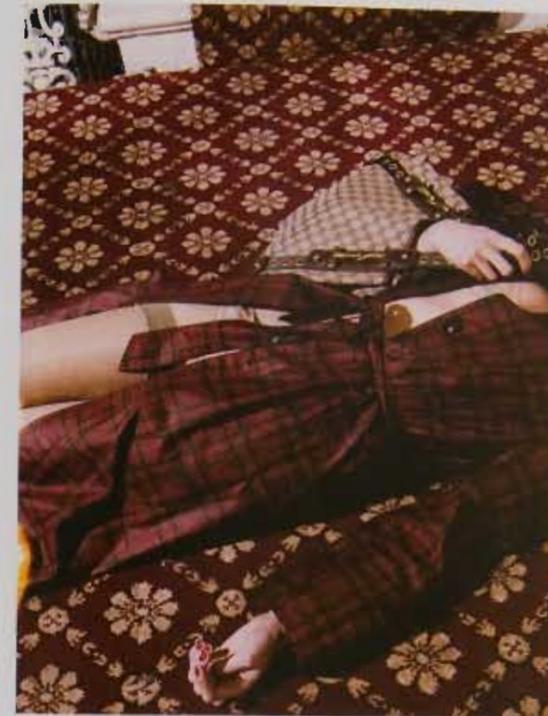
**Т.М.П.:** Совсем немного. На самом деле мне все они нравятся. Поляроидные снимки для Gucci [Ее темные материалы] были интересны, потому что я в первый раз делал модный сюжет. Мне также очень нравится группа снимков, сделанных на базе картин старых мастеров. Это было то, что мне всегда хотелось сделать, но это не просто копии картин. Мы взяли их за основу и вложили в них элементы современной моды. Мы сделали снимок в стиле Арчимбольдо [Джузеппе Арчимбольдо, художник XVI века, который делал портреты из фруктов и овощей и т.д.]. Мы взяли идею Арчимбольдо за основу и соединили рыбу с головой с драгоценностями. Это не просто слепое копирование.

**М.К.:** Так что ловлять может книга, живопись, настроение...

**Т.М.П.:** Это может быть и тень на стене в моей студии, и что-то другое.



*Вверху справа*  
**Естественные материалы**  
Поляроидные снимки для сюжета, опубликованного в *For*, весна/лето 2005 года. Я наслаждался композицией. Я знаю, когда вещи расположены правильно, а когда – неправильно. Существуют технические соображения, но здесь большую роль также играет интуиция.





Слева и вверху:  
**Уступы ночи**  
Сдубликовано в Pop-  
арт, зима 2004 года.  
Я стараюсь не убито, что  
я фотографирую, что бы это  
ни было. Мне нравится, как  
свет взаимодействует с пред-  
метами. Мне нравится, как  
свет падает на предметы.



**М.К.:** Не находите ли вы, что при работе над рекламным снимком духов или автомобиля арт-директор или клиент хотят воспользоваться той свободой, которая есть у вас как у редактора, и применить ее при работе с их изделием?

**Т.М.П.:** Да. Если вы работаете в хороших журналах, это придает вам некоторый статус. То есть фактически это для вас хорошая реклама. Недавно в Нью-Йорке я исполнил одну работу, в которой мы использовали идею из *Pop*, мы сделали практически то же самое, но использовали украшения иной компании, и это отлично сработало. Автомобили интересны, потому что там действительно пытаются выйти за пределы возможного, но в этот процесс вовлечено так много людей, что нередко вы заканчиваете тем, что слегка смягчаете результат. Я говорю сейчас о компромиссах. Необходимо добиться золотой середины. Вам заплатили за то, чтобы вы сделали работу. Некоторые коммерческие снимки, которые я сделал за последнее время, например для Calvin Klein, были более резкими, чем то, что я делал для публикации. Идеи приходят ко мне не в виде визуальных образов. Я делал подобное в прошлом, особенно для французских агентств, которые дают законченный визуальный образ, который вам надо обновить — этим довольно весело заниматься время от времени. Обычно это решает проблемы, но одно дело иметь идею, но совсем другое — взять эту идею и сделать из нее нечто изящное и эстетически привлекательное или составить правильную композицию.

*Справа и на с. 127*  
**Странная красота**  
Опубликовано в *Pop*,  
весна/лето 2005 года.  
Одно дело иметь идею, но  
совсем другое — взять эту  
идею и сделать из нее нечто  
изящное и эстетически при-  
влекательное или составить  
правильную композицию.



**М.К.:** Возникает ли иногда потребность найти баланс между концепцией и идеей или желание оставить предмет в одиночестве?

**Т.М.П.:** Достаточно интересно то, что в конце 1990-х наметился большой сдвиг к изделиям. Я пытался сделать нечто более интересное, так что не следует воспринимать все слишком буквально. Я хотел создать сюжеты при помощи света и поиграть с выдержками. Я всегда любил бездельничать. Сейчас промышленность находится на этапе, когда фотография снова обращается к изделиям. Мое портфолио более хаотичное, и я думаю, что это и благ одаря Кэти тоже: ей всегда хочется иметь больше одного предмета на листе. Мне же действительно нравится композиция, в которой каждая вещь стремится отдалиться от других. Я знаю, когда вещи расположены правильно, а когда — неправильно. Существуют технические соображения, но здесь большую роль также играет интуиция.

**М.К.:** Давайте поговорим о процессе получения заказов на редакционные и рекламные фотографии.

**Т.М.П.:** Все дело в отношениях. Никто не хочет работать с трудным человеком. Как-то мне сказали: «Все дело в вашей репутации». Люди хотят знать, что вы делаете. Это невероятно конкурентный мир, и он очень субъективный. Одна из трудностей коммерческой фотографии состоит в том, что, если работа не ладится, в конце дня вся ответственность возлагается на фотографа. Если вы думаете, что идея не имеет смысла, — не стоит делать этого. Очень важно чувствовать ответственность за свою работу, даже если она коммерческая. Иногда вещь, на которую вы смотрите через камеру, совершенно не смотрится, но вы продолжаете заниматься ею. Иногда я смотрю в камеру и думаю: «И как я это сделаю? С ума можно сойти!» Но я никогда не отказывался и не бросал работу. Уродливый мешок есть уродливый мешок. Вам просто придется поработать подольше, чтобы найти в нем некую суть. За это вам и платят. Предметы с совершенным дизайном фотографировать легко.

**М.К.:** Правда ли, что основную часть работы делает камера? Насколько важен процесс постпроизводства?

**Т.М.П.:** В большинстве моих ранних работ для *Arela Homme Plus* и *The Face* я никогда не занимался ретушированием. Все делала камера. Я был этим известен. Можно делать многократные экспозиции или, например, перефотографировать диапозитивы. Существует много счастливых случайностей. Я получаю большое удовольствие от того, что провожу несколько дней, бездельничая, с освещением, камерами и гелями. Я — ретушер, я — фотограф, так что я использую ретушеров. Я снимаю на пленку только тогда, когда клиент действительно хочет этого. Технология все же не в этом. Темные и светлые детали теряют отчетливость. Это легко исправить, но требует впоследствии большего ретуширования. Я предпочитаю потратить меньше времени на ретушь и больше — на работу в студии.

**М.К.:** Давайте теперь поговорим о работе, которую вы сделали для Adidas. Мне очень понравилась рекламная кампания. Когда вы это делали?

**Т.М.П.:** В 2004 году.

**М.К.:** Кто заказал эту работу?

**Т.М.П.:** TBWA\Chiat\Day в Сан-Франциско.

**М.К.:** Очень интересная концепция отражения старого и нового.

**Т.М.П.:** Это была их идея. Они пришли ко мне с идеей об истории Adidas, и надо было показать обувь 1930-х, 1940-х или 1970-х как отражение новой модели этой фирмы. Это простая концепция, но мне очень понравился исторический контекст. В каждой рекламе идет текст, в котором говорится о том, какой была обувь и почему она настолько ценна. Обувь получили из архива в Германии. Лучше всего, когда простая идея правильно выполнена.

**М.К.:** У вас была самостоятельность в выборе обуви?

**Т.М.П.:** Нет. Они провели большое исследование, и мы также должны были использовать то, к чему удалось получить доступ в архиве.

**М.К.:** То есть вашей работой было создание отражения новой обуви при помощи подобранной же старой?

**Т.М.П.:** Каждый предмет обуви был снят отдельно, и ретушер соединил их.

**М.К.:** Нельзя ли поподробнее?

**Т.М.П.:** Снимки делались в несколько приемов, потому что мы вносили очень много изменений. Обувь снималась на белом фоне. Я потратил много времени на формирование теней, которые, возможно, можно было бы сделать при помощи ретуширования. Мы использовали обычные вспышки. Просто обычные лампочки вспышки с черной оберткой из фольги, которая используется для того, чтобы сделать свет несколько более направленным, и, может быть, у некоторых из них были соты для рассеивания света. В конце я осветил ботинок приблизительно семью источниками света и установил несколько зеркал. Я заставил обувь выделиться на фоне, а затем я осветил обувь независимо от фона. То есть был свет под столом, освещающий фон, а затем были источники света по бокам, сверху и сзади. Было замечательно, что у меня имелось достаточно времени, чтобы проделать все это. У нас не было спешки, и мы могли позволить себе делать приблизительно четыре снимка в день, что дало нам шанс осветить предметы должным образом и по-настоящему внимательно рассмотреть их.

**Adidas, всемирная рекламная кампания**  
Поручение: TBWA\Chiat\Day, опубликовано в 2004 году.  
Этот снимок отлично демонстрирует принцип моей работы. Он достаточно прост, но не дело в том, чтобы заставить вещь смотреться лучше, чем она выглядит в реальной жизни. Все дело в освещении.







**М.К.:** На какую поверхность вы ставили обувь?

**Т.М.П.:** Она стоит на белом плексигласе. Это самый прочный материал. Мы пробовали стекло и черный переплекс, но это не пошло. Плексиглас обеспечил нам нужный результат.

**М.К.:** С какой командой вы работали?

**Т.М.П.:** У меня было три ассистента. Один занимался реквизитом, заботился о фоне и следил за тем, чтобы обувь выглядела фантастически. В 1966 году у Adidas не было футбольных мячей, так что мы получили копию мяча Сантьяго, и специальный человек состарил его.

**М.К.:** Как много работы было после самой съемки?

**Т.М.П.:** При некоторых видах работы вам приходится участвовать в постпроизводстве, а при других – нет. В этом случае все ограничилось съемкой, но они держали меня в курсе и прислушивались к моим предложениям. В значительной степени то, что вы видите, осталось таким, как было, например тени остались на месте, лишь немного усилившись. Главная работа состояла в совмещении снимков для получения эффекта отражения. Они использовали отражение старой обуви на плексигласе, а не сам ее снимок. Когда я снимал новую обувь, мне не приходилось волноваться об отражении. Затем их соединили. Здесь важен фокус. Если бы это было снято на цифру, было бы меньше деталей.

**М.К.:** Насколько важен цвет?

**Т.М.П.:** Цвет очень важен. В беговой обуви с шипами при вспышке наблюдается перламутровый блеск, который мы сняли отдельно. Он давал сильное отражение. Хромовая основа выглядит очень хорошо, если вы вводите туда черный цвет. Это выглядит эффектно. Вам приходится учитывать все. Это похоже на медитацию над предметом. Мы много дискутировали о том, как сделать так, чтобы шиповки Бэхема выглядели правильно, – как добиться правильной формы. А с отражениями дело было так: «Можем ли мы потерять некоторые детали? Можно ли допустить стыковку? Кожа должна выглядеть старой...» Этот снимок отлично демонстрирует принципы моей работы. Он достаточно прост, но все дело в том, чтобы заставить вещь смотреться лучше, чем она выглядит в реальной жизни. Все дело в освещении. Но ясное представление о том, как все должно выглядеть, важнее технических решений. Вы должны представлять конечный результат и знать, как вы его достигнете.

**М.К.:** Давайте посмотрим на современную обувь [слева].

**Т.М.П.:** Мне нравится эта. Мы назвали ее «обувь Darth Vader». Мы оставили тонкие складки на коже. Это было сознательное решение – не дать старой обуви выглядеть древней. Не слишком старая обувь может быть очень привлекательной. Довольно трудно было подсветить футбольный мяч, потому что он круглый и блестящий. Но вы можете заметить, что расстояние между ячейками мяча одинаковое, и я потратил много времени на сопоставление размеров. Снимок достаточно скромный, он как бы говорит: вот история, а это – современность. Именно это и важно.

*Слева: предыдущий рекламный ролик Adidas «Сквозь времена» (режиссер Майк Митчелл). По заказу TBWA \Chiat\Day, опубликовано в 2004 году. Я немного «сдвинулся» на традиционной съемке старой обуви, поэтому потратил много времени на создание теней, которые можно было бы сделать при помощи ретушеров.*



Эта схема освещения иллюстрирует технику множественных вспышек, вроде той, что была использована Макфарланом Пондом при создании изображения, показанного здесь. Обувь была снята на листе белого плексигласа на белом фоне, с обычными открытыми вспышками с черной оберткой (фольга делает свет более направленным). Добавление сотовых диффузоров на головки вспышек приглушает свет, направленный вниз. Для этого изображения Макфарлан Понд выделил силуэт ботинка, а также осветил обувь независимо от фона. Использовались боковые, верхние и задние источники света. В целом было использовано семь ламп и два или три зеркала. (Отражение обуви было снято отдельно, а затем оба изображения совмещены.)

### Оборудование

Единственное оборудование — ваше сознание. Вы можете сделать оборудование из чего угодно. Leatherman всегда хорош, за его неимением сгодится швейцарский армейский нож, Blu-Task, невидимая нить (леска) и gaffer tape. И все!

### Спецификация

КАМЕРА: Fuji GX-680 с линзами 180 мм

СВЕТ: Лампы Broncolor с вспышками Pulsar F4; Graphic A4 rack

ПЛЕНКА: Velvia 100F

ВЫДЕРЖКА: 1/125 сек. при f/32

### Литература

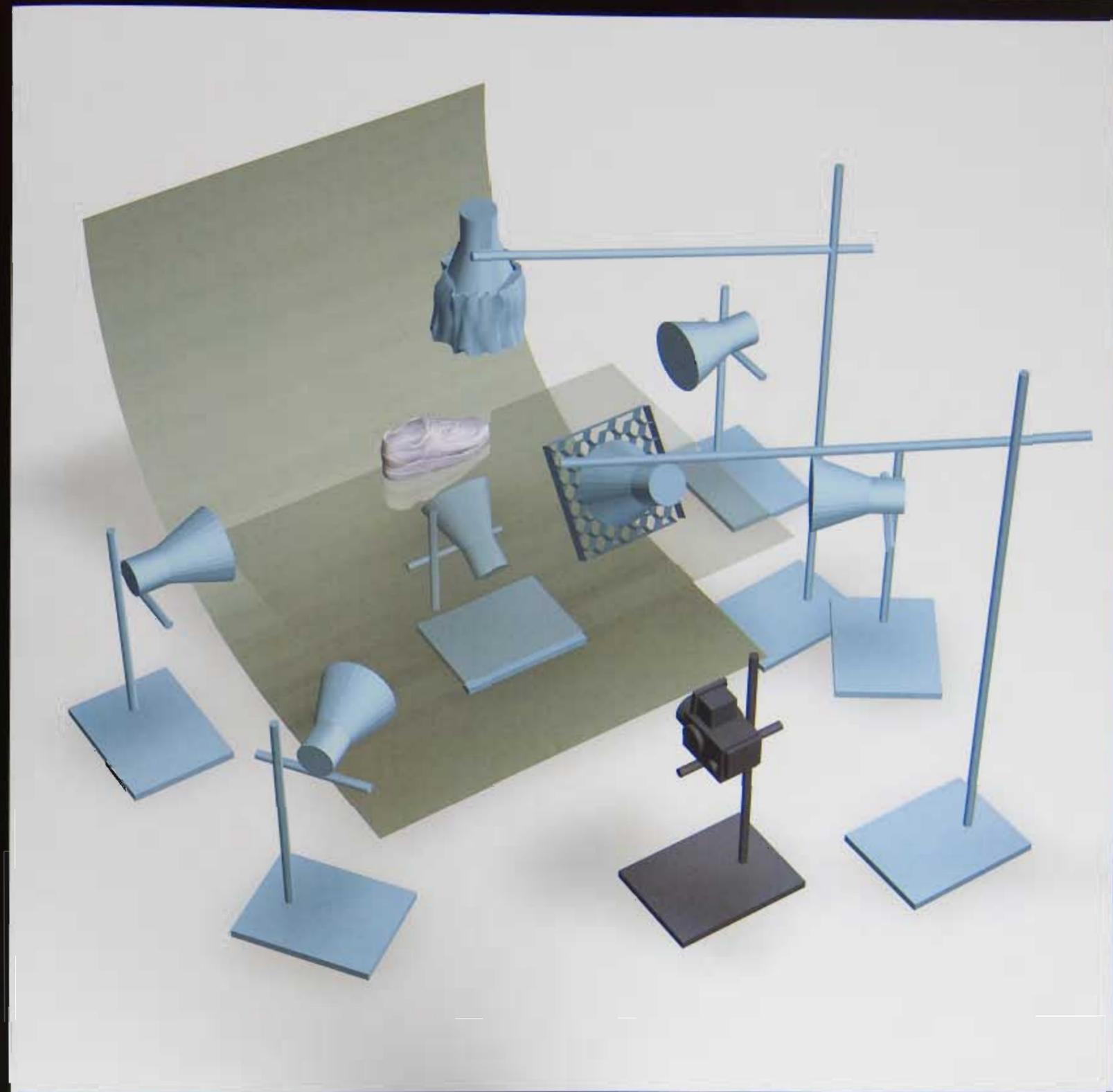
*Concorde*, WOLFGANG TILLMANS, Verlag der Buchhandlung Walther König, 1997

*Grace: Thirty Years of Fashion at Vogue*, GRACE CODDINGTON, MICHAEL ROBERTS, ANNA WINTOUR, Steidl Publishing, 2002

*In Camera, Francis Bacon: Photography, Film and the Practice of Painting*, MARTIN HARRISON, Thames & Hudson, 2005

*Instant Light: Tarkovsky Polaroids*, GIOVANNI CHIRAMONT, Thames & Hudson, 2004

*Raised by Wolves*, JIM GOLDBERG, Scalo Publishers, 1995



## Сольве Сундсбо



Норвежец Сольве Сундсбо начал свою карьеру, помогая Нинку Найтту. Не имея специального образования, он теперь является одним из наиболее популярных фотографов своего поколения в индустрии моды. Сундсбо делал снимки для рекламных кампаний Yves Saint Laurent, Hermès, Nike и Lancôme, а также для редакционных публикаций, включая *V*, *Visionaire*, *Pop*, *i-D*, *Dazed & Confused*, *Numéro*, и японской версии *Vogue*. Его метод объединяет простоту подхода и взыскательный взгляд на детали, техническую сложность как при съемке, так и при последующей обработке снимка, позволяя ему легко создавать красивые, динамичные, современные образы.

## Студийная съемка

Сундсбо в основном работает в студии. Обычно до того как камеру, вспышку и прочее оборудование стало достаточно легко переносить и использовать на открытом воздухе, студия была основным рабочим местом профессионального фотографа. Студия обеспечивает удобное место для работы, построения и развития идей. При этом можно использовать достаточно простой цветной фон, но можно также провести более сложные приготовления, используя строительные конструкции, реквизит и сложные системы освещения. Студийная установка позволяет использовать специальные эффекты, естественное и искусственное освещение в контролируемой среде, на которую не влияют погодные условия, с надежным электропитанием и источником света. То есть в студии можно работать дольше, и условия там более гибкие. Однако кто сказал, что гостиная или подвал не могут стать идеальной студией. Авторитетные фотографы обычно имеют собственную студию, а не съемное помещение. Главные фотостудии могут помочь с прокатом оборудования. Кроме того, они часто предлагают уцененные материалы для публикаций или тестовые снимки.

В этой главе мы обсуждаем образный и безукоризненно выполненный сюжет. Фотограф объединяет в своем творчестве интерес к одежде и модели – качества, на которых зиждется успех Сундсбо. Идея журнала *V* создать впечатление цветка, когда слоиткани похожи на лепестки, была подана стилистом Анастасией Барбьери. В этом отношении история напоминает снимок Лиллиан Бассман 1949 года для *Harper's Bazaar*, для которого платье от Piquet было сфотографировано в виде двух зеркально отраженных половинок. Голова модели была откинута назад, а локти прижаты к бокам, так что воздушная ткань напоминала крылья бабочки.

Подобные сюжеты Сундсбо и других мастеров, вроде Ричарда Бербриджа, Дэвида Симса, Марио Тестино, Глена Лачфорда и Хайди Слимман, публиковавшиеся в выпусках *V* с начала 2000-х, были самыми захватывающими снимками в течение многих лет.



**Цветок**

Опубликовано в *V*, весна 2004 года. Самое изумительное в студийной фотографии то, что вам легко создать настроение, которое хотите всем передать. Если вы думаете о ней как о рамке, все, что попадает в эти рамки, идет от человека, с которым вы работаете, и исходит из вашего разума.

**М.К.:** Сольве, я хотела бы поговорить с вами о специфических сложностях работы в студии. Вы – очень успешный модный фотограф. Вы сделали так много значительных снимков, и вы все еще молоды. Я думаю, что очень многие мечтают начать карьеру в этом бизнесе. Не могли бы вы рассказать мне, как вы начинали?

**С.С.:** Я родом из Норвегии, она довольно сильно удалена от модной индустрии, с которой я сегодня имею дело. Когда я начинал, я снимал друзей, катающихся на лыжах. Многие из этих снимков были очень живыми и простыми. Я восхищался Ником Найтом и хотел ассистировать ему или Крайгу Макдину. Я начал учиться в колледже в Лондоне и через Крайга сумел договориться о работе у Ника. Это было забавно: ощущение пребывания снаружи, а затем работа для того, кто находится в самой гуще. Все, что я делаю сейчас, окрашено тем опытом погруженности в мир другого человека. Это глубокое погружение, поскольку я был его ассистентом. Годы, проведенные с Ником, все еще влияют на то, что я делаю теперь.

**М.К.:** Как долго вы с ним работали?

**С.С.:** Три с половиной года. Требуется время, чтобы отойти от этой погруженности. Я думаю, то же испытывают множество фотографов.

**М.К.:** Найт много работал в студии. Как вы полагаете, это отчасти объясняет ваш интерес к студийной фотографии?

**С.С.:** Я люблю графику и иллюстрацию. Мне нравятся простые снимки – они обеспечивают больший простор воображению. Мне нравится, когда вы можете увидеть, как что-то рождается в воображении. Я предпочитаю, чтобы в студии сначала было абсолютно пустое пространство. Иногда на фотографии вам хочется убрать дерево или здание, расположенное по линии взгляда, или хочется, чтобы свет был позади вас, а не перед вами, или пейзаж выглядит удивительно в четыре часа дня, но сейчас только час. На улице вам приходится иметь дело со всем этим. В студии, если вы хотите переместить свет, вы делаете это сразу. Если вы хотите иметь красный фон, вы можете сделать его красным. Вы можете быстро переместить предметы. Я думаю, что фотография при дневном свете создана для людей более терпеливых, чем я! Это – иной вид энергии, не лучше и не хуже. Самое изумительно в студийной фотографии то, что вам легко создать настроение, которое хотите всем передать. Если выдумаете о ней как о рамке, все, что попадает в эти рамки, идет от человека, с которым вы работаете, и исходит из вашего разума. Иногда бывает трудно зато, если у вас нет

хорошей идеи, интересная идея – это лучшая вещь в мире. Вы можете быть уверены, что все будет происходить под вашим контролем. Я иногда работаю и вне студии, и мне это нравится, но это больше похоже на импровизацию. Мне важно работать так время от времени. Вы не должны ощущать себя ответственным за весь ход сценария.

**М.К.:** Вы помните свой первый снимок?

**С.С.:** Когда вы фотограф и в первый раз входите в студию, вы думаете: «Боже, я могу это делать!». Вы ставите освещение, берете камеру и снимаете, и думаете, что это удивительно, потому что напоминает студийную фотографию. Вы можете поместить перед камерой все что угодно, вы начинаете снимать, и вам кажется, что это выглядит потрясающе. Это необыкновенный опыт. Я помню это ощущение. Самое важное, вы должны помнить, что в студию надо вносить только то, что вам действительно интересно и нужно, ведь потом вы должны будете вынести все это. Вы удалите все, кроме одного предмета, который вам необходим.

**М.К.:** Это самое важное, что вы поняли? Что вы вносите только то, с чем будете работать?

**С.С.:** Да, но вы должны быть не только хорошо подготовленным, вы одновременно должны быть очень открыты. Эта история – хороший пример, потому что она касается беседы стилиста [Анастасия Барбери] с фотографом. В этом случае я не знал точно, чего надо ожидать, потому что, когда мы говорили в первый раз, идея состояла в том, чтобы девушка уподобилась цветку. Исходя из этой идеи, я думал о том, как это сделать. Какую одежду она принесет для этого? Или мы будем рисовать цветы на лице девушки? Или мы будем использовать двойную выдержку, чтобы образ девушки смешивался с цветком? Было непонятно. Время было ограничено – с 9:30 утра до 6:30 вечера, а на следующий день я должен был начать редактирование и обработку. Сроки поджимали. Оказалось, что Анастасия хотела надеть на одну модель до трех платьев. Одежда должна была ассоциироваться с лепестками. Тогда мы пригласили Сама Макнаита, удивительного мастера-парикмахера, а также взяли ветряки. Чтобы одежды создавали формы цветка, мы должны были заставить их развеваться. Как только получился первый снимок, на котором показано все, что мы хотели, у нас в руках был план дальнейших действий. Самой трудной частью работы оказались волосы, косметика, одежда, свет, пицца, подсветка. Иногда в первый день ничего не получается, иногда это не получается к 5:00 вечера на следующий день, тогда вам приходится снимать сюжет с 5:00 вечера до 12:00 ночи. Иногда требуется

два дня, чтобы добраться до этого момента, определить характер снимка и добиться, чтобы все было правильно. Так что студия похожа на лабораторию, в которой вы экспериментируете, пробуете и испытываете варианты.

**М.К.:** Так что подготовка и то, что вы берете в студию, это не только реквизит, но также и энергия, и знания. Энергия команды и ее способность к экспериментам также важны?

**С.С.:** Очень. Динамизм команды очень важен. В известном смысле вы режиссер и одновременно фотограф, но часто с намного меньшими ресурсами.

**М.К.:** Кто мог бы быть в вашей команде?

**С.С.:** Самые разные люди. Это стилист, модель, несколько ассистентов, парикмахер и визажист, нередко маникюрша. И если это коммерческая работа, то с вами клиент, — их может быть от двух до двадцати пяти человек. Когда в команде много людей, ассистенту приходится держать их на почтённом расстоянии от места съемки, потому что вы стоите спиной к ним, но модель — то видит их, а вы пытаетесь заставить ее исполнять роль только для вас. Если у вас есть кто-то, кто способен танцевать, вы думаете, что, возможно, вы сможете это использовать, или кто-то действительно хорош в спортивных или классических позах, — вы сразу думаете: «Отлично, возможно именно это и сделаю». Некоторым девушкам нужно жесткое руководство, а другим можно просто позволить двигаться. В сюжете «Цветок» установки были очень простыми. Большую часть времени это был один источник света и одна камера. Свет уменьшался до серого фона, четыре ветряка заставляли одежду колыхаться. Все это было снято на пленку. Если вы снимаете на цифру, вы сразу можете видеть то, что получилось, но это не слишком хорошо, потому что, когда вы не знаете, что получилось, вы упорно продолжаете искать и экспериментировать. Когда вы снимаете на цифру, как только вы достигаете того, что вам требуется, вы останавливаетесь и идете дальше. С пленкой вы могли бы получить нечто удивительное, не зная этого, продолжая снимать до тех пор, пока вам не покажется, что вы добились желаемого, а затем, когда вы переходите к обработке снимков, вы вдруг думаете: «Ничего себе, я не знал, что у меня есть такое». Подобные открытия — одно из преимуществ съемки на пленку. Когда вы идете наобум, а руки продолжают автоматически делать все правильно, все происходит само по себе так, как вам хотелось бы. В этих снимках появляются изящество или агрессия, но в них есть то, что называется Моментом. Фотография — по-прежнему искусство остановить мгновение.

#### Цветок

Опубликовано в журнале «Искусство», весна 2004 года.  
В студии я предпочитаю иметь вначале абсолютно пустое пространство.



**М.К.:** Вы можете немного рассказать мне о том, что вы делали, перед тем как вошли в студию, чтобы делать сюжет?

**С.С.:** Все было в сюжете, Анастасия говорила об изображении цветка, а я не знал, что именно она имела в виду. Снимок с платьями от Диора [см. с. 144–145] был первым, который мы сделали. Прежде чем я сделал этот снимок, мы перепробовали три или четыре различных способа освещения. Иногда вы не находите сразу решения, так что мы пробовали поставить свет поочередно спереди, сзади и с боков, чтобы понять, что именно можно сделать. Мы очень быстро установили, что здесь не нужны сложные технические приемы. Речь шла об очень простой идее, которую надо хорошо осуществить самым старомодным способом съемки только при помощи света. Как только мы установили свет, я уже мог сосредоточиться на том, что делаю, потому что уже не нужно было все время думать о технических аспектах. Мы хотели, чтобы снимок получился динамичным и энергичным, и я должен был схватить эту динамику. Если вы определили, что у вас должен быть только один источник света, это сделать проще. Очевидно, что свет все время перемещается, и ваш ассистент знает, где он должен быть. Так что вам надо объяснить ему, что, если голова модели опускается, свет должен понизиться, если ее голова поднимается, свет также становится выше. Свет не должен быть неподвижным. Многие люди думают, что, как только вы получаете хорошее освещение на одном полъроидном снимке, он будет отличным и все оставшееся время, но ведь очевидно, что если кто-то поворачивает голову направо, вам необходимо переместить свет.

**М.К.:** Как вы определяете, как лучше работать со светом?

**С.С.:** Вы изучаете это, глядя на фотографии, работая ассистентом и, будучи в студии, глядя, как работает фотограф. Сначала вы должны понять, чего вы хотите добиться. Всякий раз я использую разное освещение. Я не могу осветить студию за три дня до того, как там появится объект съемки, потому что свет зависит от того, что именно я фотографирую. Или это может быть тот же самый свет, но в каждом снимке он используется немного по-другому, ближе или дальше. Можно изменить качество света. Вы должны понять различие между жестким и мягким светом, понять, что случается, когда вы перемещаете свет дальше или ближе. Теперь, в век цифровой фотографии намного легче и быстрее можно выставить освещение, потому что вы делаете снимки и можете увидеть, не слишком ли он темный, и тогда вы просто добавляете свет. Если вы в целом представляете себе, что вы делаете, то этому можно научиться достаточно быстро, потому что вы видите результат практически сразу.

#### Цветок

Опубликовано в V, № 10, март 2004 года.  
Речь шла об очень простой идее, которую надо просто хорошо осуществить самым старомодным способом съемки только при помощи света.



М.К.:  
перед

С.С.:  
И  
ни  
щ  
с  
п  
л  
а  
т  
с  
д  
е  
л  
а  
л  
и  
т  
р  
и  
н  
а  
х  
о  
д  
п  
о  
с  
ч  
е  
н  
о  
м  
о  
н  
у  
ж  
ь  
т  
о  
й  
и  
г  
н  
ь  
м  
с  
у  
с  
т  
а  
н  
п  
о  
т  
о  
м  
а  
с  
п  
е  
к  
и  
з  
н  
е  
о  
п  
р  
е  
д  
э  
т  
о  
с  
д  
е  
т  
я  
н  
а  
д  
о  
д  
о  
л  
ж  
с  
т  
а  
н  
и  
л  
о  
д  
н  
а  
о  
д  
ш  
е  
е  
с  
г  
о  
л  
о

М.К.

С.С.  
т  
е  
н  
т  
С  
н  
а  
р  
а  
з  
н  
о  
с  
т  
н  
о  
с  
т  
ь  
к  
а  
к  
и  
м  
е  
н  
а  
м  
м  
у  
т  
е  
м  
п  
р  
е  
с  
я  
г  
ч  
е  
с



М.К.: И так давайте вернемся к первому снимку с двумя пла-  
тьями от Диора. Что вы можете сказать о свете?

С.С.: Источник света расположен высоко вверху и направлен  
вниз, очень далеко от модели, так что сильно рассеивается.  
Я создал рассеянный свет, идущий с правой стороны, так что  
в этом снимке фактически два источника света. Второй свет  
идет снизу справа. Я хотел видеть ее в образе бабочки или  
шmetterка, но, однако, во время съемки платье взлетало только  
с одной стороны. Даже когда она подняла высоко руки, как  
видно на этом снимке, казалось, что платье опустилось вниз.  
Так что мы сделали снимок, когда оно поднялось справа,  
а затем - снимок, когда поднялось слева. Мы сделали поларо-  
идные снимки, скрепили их вместе, и это сработало. Я подумал:  
«Именно этого я и добивался». Мы свели это на пленку.  
Мы снимали правую сторону снова и снова, а затем - левую.  
Когда я посмотрел на это, я смог сказать: «Отлично, правая  
сторона идеальна на этом снимке, а левая сторона - на этом».  
Затем мы занимались вырезанием и склеиванием. В этом слу-  
чае правая сторона взята из одного снимка, а левая сторона,  
от ее руки до ноги, взята из другого снимка.

М.К.: Похоже, как будто она подпрыгнула.

С.С.: Она подхватила платье опущенными вниз руками, а затем  
подпрыгнула и подняла руки. Одежда потянулась за руками,  
порыв ветра подхватил ее, и мы сдвинули снимок. Она - велико-  
лепная модель, потому что была очень расслабленной, когда  
делала все это.

М.К.: Вероятно, ваша роль как режиссера в том, чтобы она  
поняла, что необходимо сделать, была довольно значительной.

С.С.: Вы снимаете что-то и делаете это правильно, а затем вам  
необходимо найти способ снять нечто, чего вы не ожидали.  
Если у вас хорошая модель, она может обеспечить вам это.  
Так что вы снимаете что-то на пленку, чтобы все ощущалось  
правильно, а затем снимаете несколько полароидных снимков,  
чтобы увидеть, срабатывает ли это. Если они срабатывают,  
то вы снимаете больше и понимаете, что вы сделали дело,  
и выдумаете: «Отлично, теперь можно расслабиться, поиграть  
и позабыться, попробовать сделать то, что никогда не делал».  
Вы должны просто снимать.

#### Цветок

Опубликован в  
весна 2004 года  
Самой трудной частью рабо-  
ты были волосы, косметика,  
одежда, свет, поза, подставка.  
Как только мы получили пер-  
вый снимок, иллюстрацион-  
ный плану идея, мы знали  
все, что мы хотели, у нас  
в руках оказался план дей-  
ствий.

Согласно Сундобо Студиям системы



**Летняя белизна**  
Опубликовано в V,  
лето 2005 года.  
Этот сюжет о характере  
яо создания кукольного  
мира

**М.К.:** Если бы снимки, явившиеся результатом этих моментов, когда вы просто снимали?

**С.С.:** Большинство. Вы не можете предсказать, что получится, потому что все находится в движении. Вы все время говорите с моделью, и это очень забавно, потому что, если бы фотографы послушали себя, они бы смутились. В комнате слышны сплошные избитые фразы! Вы пытаетесь срежиссировать сцену и можете сказать: «Левая рука выглядит потрясающе, но можешь поднять правую руку немного выше?» Этот сюжет снят на полу, но вы можете снимать на трамплине, когда модель вневсозможности.

**М.К.:** Это интересно, потому что некоторые люди представляют студийные позы как скованные, как будто замороженные, но то, что вы описываете, наполнено энергией, и это противоречит представлению о модели, стоящей неподвижно с рукой на бедре.

**С.С.:** Вы просто должны создать собственный небольшой мир в студии. Вы должны включить нужную музыку. И напротив, некоторые из моих снимков действительно выглядят замороженными. В этом сюжете [Летняя белизна], который был также сделан для журнала V, это полностью совпало с характером и созданием кукольного мира. В снимке использован реквизит, но я борюсь с реквизитом в студии и часто выбрасываю его или забываю фотографировать, потому что я всегда стараюсь увидеть то, что я могу сделать на основании характера. Реквизит должен быть очень точно угадан.

**М.К.:** Солье, вы упоминали, что процесс редактирования в сюжете «Цветок» был действительно важен.

**С.С.:** Чем больше я смотрю на этот снимок, тем больше я думаю обо всех снимках, которые я выбросил, чтобы заставить сюжет работать. Надо думать об этом не как об отдельном изображении, а как о части большей истории, и это может быть трудно. Иногда в процессе создания изображений вы можете добиться чего-то лучшего, чем то, что вы изначально намеревались сделать, но, поскольку вы стремитесь осуществить свою идею, все, что в нее не вписывается, кажется оцмочкой. Вы должны постараться быть непредубежденным и забыть о том, чего вы собирались достичь, и посмотреть, нет ли в этом чего-то еще более интересного.

**М.К.:** Как вы решаете задачу съемки одежды, чтобы получилась хорошая фотография, когда вся ее многослойность дела-

ет это столь сложным? Форма и цвет столь важны для фотографической концепции сюжета. Вы по-настоящему творите форму.

**С.С.:** Я думаю, идея формы пришла из одежды Comme des Garçons [см. с. 148], которая состояла из разных соединенных друг с другом частей платья: желтая плиссированная юбка, пришитая к другой ткани. Идея пришла из коллекции Comme des Garçons. Студенту или начинающему фотографу трудно получить доступ к одежде, так что вы можете быть очень хорошим фотографом с точки зрения технических моментов, вроде экспозиции и света, но вы должны помнить, что есть также понимание формы и моды. Это невозможно скопировать. Это то, что вы должны найти самостоятельно. У вас должно быть нечто интересное для общения. В студии вы можете составить подобный сюжет. Цвет в основном подбирала Анастасия. Выбор правильной одежды занимает много времени. Стоит запомнить одно правило: ваша идея может быть просто замечательной, но прежде всего человек должен выглядеть восхитительно. Никто не наймет фотографа, который не может сделать так, чтобы человек выглядел великолепно. Здесь важно все: волосы и косметика, наклон головы. Вы можете сделать удивительную фотографию, но если модель выглядит плохо, то фотография не получилась. Конечно, вы можете заменить голову на компьютере, если она получилась хорошо на другом снимке. Не стоит закликиваться на том, что делает камера. Нет никаких правил. Очевидно, что есть некие руководящие принципы – все должно быть просто. Жесткость не нужна. Я думаю, что это главное. Вам необязательно идти в студию, чтобы разобраться с освещением. Если у вас есть цифровая камера и свет от обычной лампочки, вы можете изучать свет. В этом, чем больше я практикую, тем удачливее я становлюсь.

**М.К.:** Что пробуждает ваш интерес или продолжает его возбуждать в модной фотографии?

**С.С.:** Работа с цифрой, которая появилась приблизительно с середины 1990-х годов, была довольно впечатляющей. Вы могли начать делать такие снимки, которые раньше были невозможны. Появился совершенно новый инструмент, и я думаю, что это изменило взгляд людей на изображение.

**М.К.:** Ваша карьера сложилась так, как вы предлагали?

**С.С.:** Мне было намного интереснее, чем я рассчитывал, и я сделал намного больше, чем планировал. Это самое главное. Это трудная, но интересная работа.



*Слева и справа:*

**Цветок**

Опубликовано в У,  
весна 2004 года

Вы можете быть очень хоро-  
шим фотографом с точной  
зрительной техникой, ме-  
тафизическим, вроде экспозиции  
и света, но вы должны пом-  
нить, что есть также поэтиче-  
ские формы и мода. Это  
невозможно скланировать.





Приведенная система освещения базируется на установке Сундсбо, используемой для ряда его снимков с образом цветка. Он установил свет так, чтобы он шел с очень высокой верхней точки и уменьшался до серого фона (бесконечный свод). Свет был установлен далеко от модели, чтобы добиться сильного рассеяния. Для этого изображения использовался также второй, отраженный свет, идущий снизу с правой стороны.

**Оборудование**

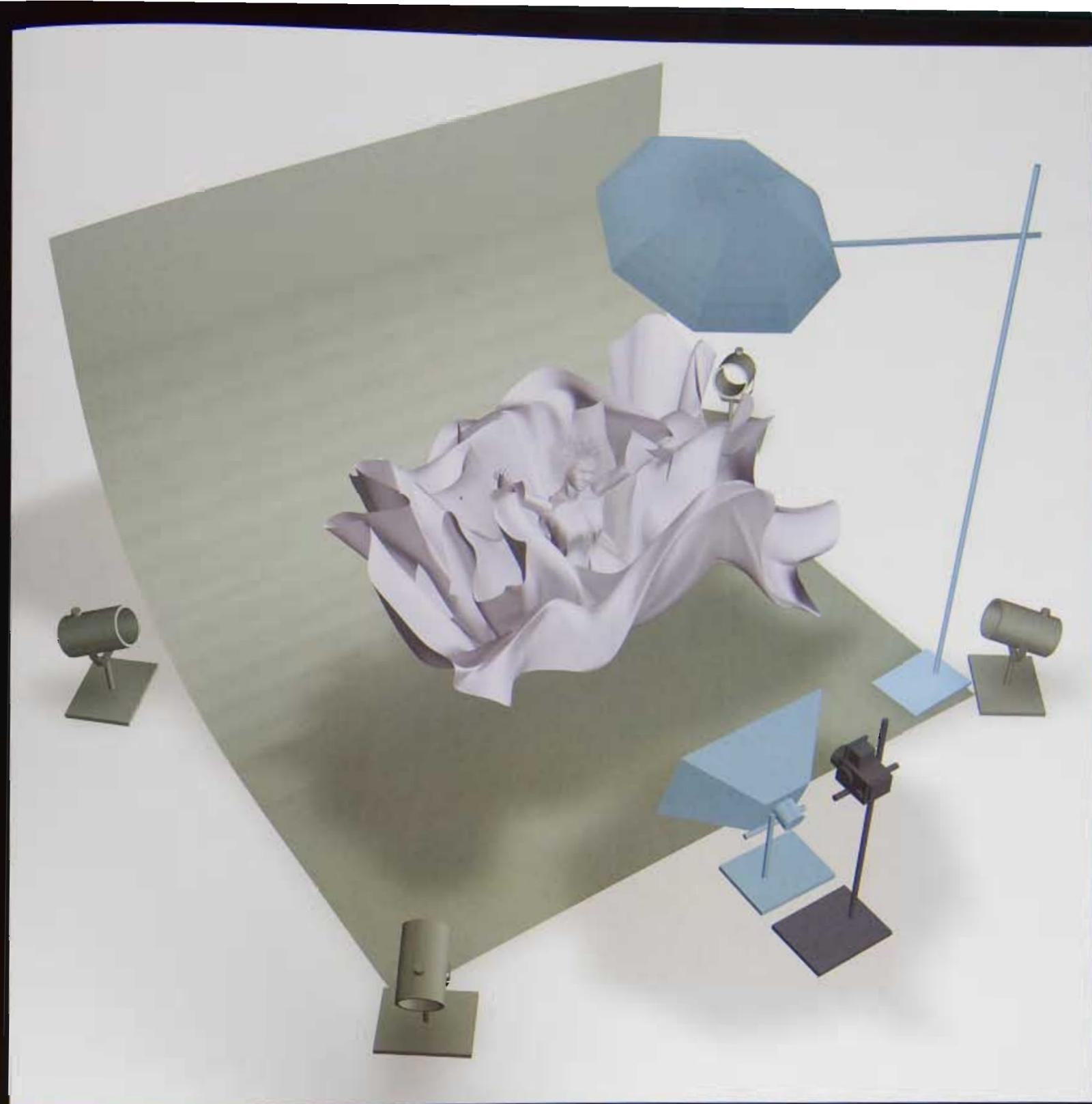
- Mamiya RZ67 Pro IID
- Вспышка Broncolor
- Тринога Linhof

**Спецификация**

КАМЕРА: Mamiya RZ67 Pro IID  
 СВЕТ: Вспышка Broncolor с зонтиком  
 ПЛЕНКА: Kodak Portra 160NC, расчетный ISO 80 и pushed half a stop  
 ВЫДЕРЖКА: 1/400 сек. при f/22

**Литература**

Anything by:  
 HARRY CALLAHAN  
 RALPH EUGENE MEATYARD  
 IRVING PENN.  
 MINOR WHITE





Пол Везерелл занимается коммерческой фотографией с 1997 года, снимая портреты, моду и пейзажи. Он сделал много снимков для *Self Service*, *10*, *Pop*, *The Face*, журнала *W*, журнала *V*, *O32C*, *i-D* и *Doing Bird*. Ему поручают делать рекламу Йошики Ямамото, IBM, Daks и Bergdorf Goodman. Везерелл очень востребованный, но относительно незаметный герой английской модной фотографии конца 1990-х. Его подход можно определить как модернизм – подобие подхода американских фотографов середины XX века к свету и мотивам, перенесенный на определенные социальные и экологические условия современного Лондона. Практика Везерелла базируется на полном понимании и получении удовольствия от процесса фотографии, от определения выдержки и до этапа печати. Все же его техническое мастерство ненавязчиво: оно позволяет утонченной эстетической интерпретации характеров, мест, лиц, формы и моды, которые он фотографирует, стать самой важной деталью его изображений.

Использование естественного света обычно в студийной практике, но это также позволяет иначе подойти к съемкам модных фотографий, например проводить съемки на открытой местности.

Солнечный свет имеет совершенно иное качество, силу и интенсивность; он создает определенные визуальные эффекты в зависимости от времени дня, сезона и местности, где снимается сюжет. Снимок, сделанный летом утром на пляже в Южном полушарии, будет совсем иным, чем снимок в поле или в лесу в Северном полушарии зимним днем. Использование естественного света налагает некоторые довольно жесткие ограничения на рабочий процесс, поскольку фотограф должен работать днем, когда достаточно дневного света, хотя также стало обычным сочетать естественный свет с искусственным освещением, уже имеющимся или специально установленным. Съемка на местности с использованием естественного света главным образом обеспечивает некоторую естественность. Кроме того, формируется диалог, связывающий модель с окружающей средой. Как видно на снимках Везерелла, в итоге получается развитие характера и личности моделей, с которыми он работает, а не последовательность статических поз. На местности фотограф часто способен включить в позу и композицию естественные или архитектурные элементы, также, как в студии используется реквизит, усилить влияние атмосферы. Естественно, при необходимости фотограф может скомбинировать реквизит и естественные или архитектурные особенности.

Везерелл создал много запоминающихся и красивых модных фотографий за последнее время. В его работах на местности и в студии использован широкий диапазон приемов освещения. Этот сюжет для *Self Service* был снят в его саду в Хакни в Ист-Лондоне. Он изящно демонстрирует его способность контролировать условия съемки и создавать тонкие градации света и тени, используя только естественное освещение.

**П.В.:** Отправной точкой для снимка L'Esthetique du Hasard была фотография Юзефа Куделки (см. ниже)

**М.К.:** Что именно заинтересовало вас на этом снимке? Текстура?

**П.В.:** Ткань. Это была такая фактурная вещь. Я подумал, что она может стать отправной точкой для модного сюжета. Я пошел поговорить с Анной [Кокбурн, стилист], показал ей снимок и сказал, что хотел бы сделать нечто, основанное на тканях. Я подумал, что мы могли бы использовать их, чтобы выстроить своего рода студийную среду в моем саду. Я купил много материала, но не для того, чтобы только создать фон, а чтобы было много различных текстур, развешенных повсюду.

**М.К.:** Это кажется весьма непосредственным. Вы именно так любите работать? Вы собираете идеи, к которым можете вернуться позднее?

**П.В.:** Все зависит от того, с кем вы работаете. С Анной — это легче, чем с другими, потому что вы не должны идти к ней с множеством снимков моделей, модных фотографий или чем-то еще, столь же прямым и буквальным. Вы можете подойти к ней просто с абстрактным изображением ткани.

**М.К.:** Что вы сделали.

**П.В.:** Да. И она возьмет это и вернется с другими идеями.

**М.К.:** То есть мы говорим об особых отношениях со стилистом?



**П.В.:** Да. С некоторыми людьми вы должны иметь все на руках, прежде чем заговорите с ними. Разные стилисты работают по-разному. Лично я должен знать лишь приблизительно, что вы собираетесь сделать, но если сделали слишком много, то для случайности уже не остается места.

**М.К.:** Скажите, пожалуйста, как вы занялись модной фотографией?

**П.В.:** При помощи Дэйва [Симса]. В некотором смысле мне повезло, потому что, когда я прекратил работать с Дэйвом, я почти сразу начал работать с Анной [Кокбурн] для *The Face*. В начале работа с ней была легкой, но затем стало труднее. Но все было иначе, когда я начинал говорить. В этой работе я не делал «моду» как «моду». Я не использовал моделей. Это было нечто совсем другое.

**М.К.:** Как вы полагаете, это отражает то, что случилось в английской фотографии за последнее время?

**П.В.:** Я много занимался модой с Дэйвом. Я не хотел подражать кому бы то ни было. Возможно, я был довольно наивным в своем стремлении быть честным. Я действительно не думал об этом как об индустрии. На этом этапе я чувствовал себя немного неудобно, фотографируя людей и делая их до абсурда красивыми. В противоположность моделям я предпочел использовать характеры и самых различных людей.

**Великобритания  
Уэльс, 1977.**

© Юзеф Куделка  
Я не шел поговорить с Анной, показал ей этот снимок и сказал, что хотел бы сделать нечто, основанное на тканях. Я подумал, что мы могли бы использовать их, чтобы выстроить своего рода студийную среду в моем саду.



**М.К.:** Вы также делаете великолепные модные снимки в студии. В чем отличие при подготовке или осмыслении съемки в студии по сравнению со съемками на Местности?

**П.В.:** Даже в студии я никогда не пытаюсь создать что-то сверхсложное. Я думаю, что самый хороший свет — простой свет.

**М.К.:** То есть вы предпочитаете снимать при естественном освещении на природе?

**П.В.:** Да, если я могу найти правильное место, тогда я счастлив. Вы берете с собой оборудование, чтобы иметь возможность работать при дневном освещении. Вы можете использовать затемнители или разместить по бокам темную ткань. Необходимо создать диапазон оттенков, который сделает снимок более богатым.

**М.К.:** Вы упоминали ранее, что чаще снимаете своих друзей, чем моделей, потому что вас больше интересует характер. Я все еще думаю, что это важная часть вашей работы, даже при том, что последнее время вы больше работаете с моделями. Как вы работаете с моделями, чтобы что-то вытянуть из нее? Как вы создаете характер?

**П.В.:** Недавно, когда я снимал с Джо Маккенном [модный редактор и фотостилист] для *Pop*, мы сделали снимок более похожим на историю любви. Друг модель живет в Польше, и я сказал, что хочу, чтобы снимки были похожи на набор открыток, которые она могла бы отослать ему. То есть мне хотелось, чтобы снимки были наполнены эмоциями. В различных работах и с различными моделями это приходится делать совершенно по-разному.

**М.К.:** Насколько важно повествование?

**П.В.:** Не всегда. Я вообще не использую много фигур в кадре, так что между персонажами не возникает реального диалога. Я сказал бы, что в этом случае модели лучше выразить себя и свое понимание того, где они находятся и что делают.

**Польша, 1977, «Свунис»**

Опубликовано в *Pop*, осень/зима 2005 года.  
Выберете с собой оборудование, чтобы иметь возможность работать при дневном освещении. Вы можете использовать затемнители или разместить по бокам темную ткань.

Пол Везерен. Естественное освещение

**М.К.:** Как вы считаете, работа на природе помогает в создании этого больше, чем работа в студии?

**П.В.:** Иногда вы, работая в студии, изо всех сил стараетесь заставить людей сделать вещи, которые выглядят или кажутся искусственными, потому что у вас нет ничего другого под рукой. Вы не можете разместить их под деревом или заставить прислониться к стене. Вы должны определить им позу, что для меня достаточно трудно. Когда вы заставляете кого-то позировать, естественность уходит.

**М.К.:** Но, как вы уже говорили, на природе вам приходится контролировать условия окружающей среды, в которой вы производите съемки.

**П.В.:** Да, за этим приходится следить, и, как я уже говорил, вы можете подправить дневной свет при помощи оборудования, смягчая свет или создавая небольшие тени, а также при обработке и экспонировании пленки. Вы не можете реально управлять светом, но вы можете придать ему иное качество или ощущение. При ярком свете вы можете передержать пленку, а затем, при проявке, вместо того чтобы быстро вынуть ее из проявителя, вы удерживаете ее, чтобы выровнять и смягчить участки наиболее густого тона. При плоском свете вам придется пойти другим путем, и вы не будете передерживать ее так сильно. В результате вы получите менее плотный негатив, и затем вы также удерживаете ее при проявке, чтобы добиться большей контрастности. Вы можете также использовать различные виды бумаги, чтобы придать снимку иное ощущение. Для черно-белого снимка вы можете выбрать бумагу различной контрастности, чтобы создать ощущение большей резкости или большей мягкости. Если вы снимали при солнечном свете и хотите сделать снимок менее резким, вы можете передержать пленку, а затем удержать ее при проявке, а затем распечатать снимок на глянце-вой бумаге, или, может быть, на бумаге с легкой оттеночностью. Это только смягчит то, что вы видели, когда были там, но, естественно, не будет физически усиливать освещение.

**М.К.:** Вы используете цифровое ретуширование?

**П.В.:** Да. Я думаю, что в настоящее время это необходимо.

**М.К.:** Это настоящая рекомендация журналов?

**П.В.:** Сюжет для *Self Service* напечатан полностью в цифровой форме, но в нем практически нет ретуши. Возможно, были сглажены небольшие полоски на лице или шее. Но при печати не произошло никаких изменений. В настоящее время действительно используется цифровое ретуширование. Журналы ожидают и требуют этого. Многие люди, естественно, снимают на цифру. Я не против съемки на цифру, но это совершенно иной вид съемки. Я все еще думаю, что съемка на пленку намного лучше. Когда вы используете СМУК, вам в значительной степени гарантируют, что вы получите то, что вы видели. Когда вы распечатываете снимок на бумаге, вы не всегда можете гарантировать результат. То же самое можно сказать про время работы и редактирование. Вы можете разослать изображения по всему миру по электронной почте и показать клиенту результат на экране.



*Слева и сверху:*  
**Популярная девушка**  
Опубликовано в *Pop*,  
осень/зима 2005 года.  
Друг модели живет в Польше,  
и я сказал, что хочу, чтобы  
снимки были похожи на  
набор открыток, которые  
она могла бы отослать ему.

**М.К.:** Поправьте меня, если я не прав, но часть тонких моментов контроля за светом, которые мы обсуждали, при работе в цифровой форме несколько отличается.

**П.В.:** Я не думаю, что вы сможете достигнуть столь большой глубины при помощи цифровой камеры. Часть фотографий – ремесло. Многие из фотографов, которыми я действительно восхищаюсь, люди, подобные Эммет Говин, Имоджен Каннингем, Гарри Коллахана, Эдварда Вестона не сделали бы ничего без своей техники. Например, как вы достигаете сочетания очень ярких светлых участков с сохранением детализации в тенях и тому подобных моментов? Я думаю, что это не будет потеряно, потому что, если вы делаете снимки в цифровой форме, вы можете сделать это вне камеры. Раньше, если вы работали в студии и должны были использовать восемь источников света, теперь можно установить всего два и сказать: «Дал ладно, мы можем притенить тени позднее». Я думаю, что это – позор. Это убивает часть фоторемесла. Обычно я сам делаю всю обработку и печать снимка, так что я разбираюсь в этом.

**М.К.:** Как вы сейчас обрабатываете свои фотографии?

**П.В.:** Обрабатываю их по-разному, но печатаю я всегда в лаборатории. У меня есть там человек, которого я знаю очень давно, – он наблюдает за процессом. Я отмечаю, что я хотел бы сделать с тестовой пленкой в соответствии с освещением и ситуацией и как долго надо проявлять кадры, а затем негативы оцениваются. Техники способны оценить высококачественные негативы и определить, что они смогут сделать из них. Иногда есть риск, что, если вы передержите пленку и задержите ее в проялке, она может стать несколько тусклой, или, если вы снимаете при очень слабом свете, можете получить слишком ненасыщенные негативы, что становится серьезной проблемой. Вам нужен кто-то, кто может прочитать негатив и сообщить вам, что его нужно подправить. Даже если в наши дни вы не печатаете так много модных фотографий, потому что они в основном идут в цифровой форме, все еще необходимо много работать в том случае, если вы печатаете снимки на бумаге. Необходимо по-прежнему стараться получить негативы максимально высокого качества.

**М.К.:** Похоже, есть некоторое различие между понятием совершенства, например разглаживание линии шеи, и вашим интересом к характеру. Так, например, в ню Имоджен Каннингем часть качества и значимости фотографии и состоит в несовершенстве и нашем ощущении зернистости пленочного снимка при естественном свете. Хотя она, видимо, ретушировала снимок от руки, слишком большое увеличение резкости могло бы отчасти убить магию фотографии.

**П.В.:** Ретушировать не так легко, когда вы используете дневной свет. Это может выглядеть очень фальшиво. Вы можете перестараться, и в результате у вас может получиться вещь, а не человек. Бессмысленно проходить через непростой процесс работы с дневным светом, чтобы затем уничтожить все цифровой кистью.

**М.К.:** Давайте обратимся к сюжету L'Esthetique du Hasard. Как вы получили заказ?

**П.В.:** Self Service обратилось к Анне, а она спросила меня, не хочу ли я сделать работу вместе с ней. Я ответил: «Да, конечно». Я несколько раз работал с Анной, и я знаю, насколько она хороша. Я показал ей фотографию и ткани, и она сказала, что хотела бы сделать нечто в духе рекламы Calvin Klein или Ralph Lauren 1980-х.

**М.К.:** Насколько важен был кастинг для достижения этого качества?

**П.В.:** Это был кошмар. Девочка, которую мы вызвали, отказалась от участия за день до начала. Нам пришлось отложить съемку, и мой агент Жоли Браун нашла новую девушку. Я сказал ей, что мы искали кого-то, кто похожа на Брук Шилдс 1980-х. Мне хотелось, чтобы у нее были достаточно густые брови и красивое лицо. Так что резюме у Жоли было, но ей пришлось проделать фантастическую работу.

**Эстетика случайности**  
Опубликовано в Self Service,  
сентябрь/октябрь 2004 года.  
Там много различных оттенков  
и текстур – одесдо, сс  
платье и трава, даже плед.  
Целый снимок вытает  
бы хуже.





**М.К.:** Можете ли вы рассказать о всех приготовлениях, которые вы провели перед съемками?

**П.В.:** Я взял ткани и сразу начал бродить по саду. У меня был шотландский плед (в клетку), и я купил несколько однотонных кусков ткани и несколько разных вещей, просто чтобы привлечь к ним. Некоторые из них не смотрелись, например скатерти с фруктами на них, потому что выглядели немного не модно. Лучше выглядели коврики различных расцветок: серые, белые и черные. Мешковина и марля были хороши, потому что они интересно драпируются. Мне повезло, потому что я пригласил нескольких девушек, что позволило мне сделать несколько пробных снимков и подобрать композицию, так что вечером я знал, как все будет выглядеть.

**М.К.:** Черно-белая съемка очень хорошо соответствует идее утонченности оттенков и текстур тканей.

**П.В.:** Когда вы фотографируете вне студии, иногда цветовые контрасты не работают. На этих снимках, когда вы видите траву рядом с головой девушки, она выглядит намного лучше, чем большое зеленое пятно.

**М.К.:** Кроме того, например на первом двухстороннем развороте, где свет ослабевает к краям (см. с. 164), если бы там было больше красок, вы могли бы потерять тот эффект. Черно-белый снимок, похоже, позволяет вам снять более сложную текстуру.

**П.В.:** Там много различных оттенков и текстур — одеяло, ее платье и трава, даже плед. Цветной снимок не передал бы их. Пришлось бы выбеливать некоторые области и сделать что-то более причудливое, чтобы это сработало. Кроме того, надо помнить, что этот снимок был сделан в моем саду. Здесь нет ничего искусственного. Я думаю, что в цвете это выглядело бы вульгарно и дешево. По крайней мере, это изображение не создавало бы того же ощущения, которое возникает на черно-белом снимке, где главную роль играют полутона. С первой минуты, как я увидел снимок Юзефа Куделки, мой сюжет был основан на текстурах ткани.

**М.К.:** Я думаю, что также хорошо понимаю ее выбор одежды.

#### Эстетика случайности

Опубликовано в *Self Service*, осень/зима 2004 года. С первой минуты, как я увидел снимок Юзефа Куделки, мой сюжет был основан на текстурах ткани.

**П.В.:** Слои легко и гармонично смешиваются. Одежда кажется естественной на фоне природы. Она не кажется чем-то чуждым.

**М.К.:** Выбирала ли Анна элементы вроде соломенной шляпы?

**П.В.:** Да, но она была достаточно осторожна в их использовании. Когда она положила шляпу на плечо модели, я подумал, что это хорошо смотрится, и сфотографировал ее так, что она стала самым большим элементом изображения. Я не думаю, что Анна была полностью убеждена в правильности выбора, но затем ей понравилось. Иногда вы просто добавляете какой-то штрих, и он работает.

**М.К.:** Работаете ли вы с ассистентом? Какова ваша команда?

**П.В.:** Это Анна, а также у меня были парикмахер и визажист и один фотоассистент.

**М.К.:** Ваши ассистенты улаживают многие ваши вопросы, например с оборудованием?

**П.В.:** Нет. Я всегда сам делаю это. Мне так легче. Я не использую много оборудования, только затемнители и штатив, чтобы работать с дневным светом, так что им мало, что остается сделать. Когда вы думаете о том, что вы хотите сделать, решаете, в чем вы нуждаетесь, и все это находится у вас в голове, нет никакого смысла указывать кому-то еще, что надо сделать. Ассистент, по-моему, это тот, кто легко на подвиги и сразу понимает, что я хочу сказать.

**М.К.:** Снимаете ли вы поляроидом?

**П.В.:** Да. Мы начали фотографировать и сделали несколько поляроидных снимков. Модель имеет макияж цвета загара, чтобы выглядеть более здоровой. Кроме того, загар был очень моден в 1980-е. Художник-визажист Сам Брайант проделал фантастическую работу. Мы также обговорили форму бровей и потребовали, чтобы они были достаточно густыми, что-то вроде как у Брук Шилдс. Загар дополнил свет и придал модели большую глубину, которая очень хорошо смотрится с этой одеждой. Все это было видно на поляроиде. Такой снимок позволяет понять, что плохо, а что хорошо на снимке и что следует изменить. Мне кажется, что это очень полезно при работе с волосами и макияжем. Именно Анна предложила, чтобы мы сделали ее загорелой. Мне это просто не пришло бы в голову. Сначала я немного опасался, но, если бы мне снова пришлось делать ее цветные снимки, она снова имела бы этот важный загар, выглядящий более откровенно, чем здоровый.

Пол Везердейт: Естественное освещение



*След и шаг*  
**Эстетика случайности**  
Опубликовано в *Self Service*,  
осень/зима 2004 года.  
Когда вы фотографируете  
вне студии, иногда цветные  
контрасты не работают.  
На этих снимках, когда вы  
видите траву рядом с голо-  
вой девушки, она выглядит  
намного лучше, чем боковое  
зеленопятно.





*Слева и сверху:*

**Эстетика случайности**

Опубликовано в *Self Set* в сентябре/зиме 2004 года. Вы можете использовать frosts, которые похожи на кальку, но имеют различную плотность на разных участках, чтобы создать необычный ракурс освещения. Как уже сказал, это не влияет на само освещение, это не влияет на ваше видение сьемки, это просто изменяет качество снимка.

**М.К.:** Это изменило ваше мнение относительно ее освещения?

**П.В.:** Нет, несколько. Это сделало ее более плотной, что было желательно. Это подразумевало, что она выделялась бы резче, чем если бы имела более бледную кожу. Это делало ее взгляд более твердым.

**М.К.:** Говоря об одной конкретной фотографии [слева], вы упомянули о создании легкой тени попереке ее лица при помощи шляпы. Давайте вернемся к ней, чтобы более подробно рассмотреть, что вы сделали со светом.

**П.В.:** Я вставил черный затенитель. На этом снимке она выглядит несколько иначе. Я думаю, что это произошло благодаря расшитому блестящему платью и ее волосам, она выглядит

моложе. Добавьте немного черного, мы просто усилили линию подбородка. К тому же снимок сделан под другим углом. Много фотографий было сделано снизу, что в известном смысле создает ощущение монны. На фотографии, где она в бретях и рубашке [выше], мы расположили над моделью шелк, чтобы немного приглушить верхний свет. Это делает передний план более ярким, чем задний, так что часть ее блузы становится обесцвеченной. Также вокруг ее головы был расставлен ламинный экран, чтобы при помощи небольшой тени поглотить свет и создать небольшое затемнение. Смягчить снимок. День, когда мы делали снимок, был облачным, так что в какой-то степени нам помог макияж. Не надо было работать со светом так же много, как обычно. Вы можете использовать frosts, которые похожи на кальку, но имеют различную плотность на разных участках, чтобы создать необычный ракурс освещения. Как



уже сказал, это не влияет на само освещение, это не влияет на ваше видение снимка, это просто изменяет качество снимка, которое вы видите, когда вы получаете пленку назад.

**М.К.:** Что вы делаете, если идет дождь?

**П.В.:** Когда я делал снимок с Джо [Маккенна, для журнала *Rip*], шел дождь. Вам остается только сидеть и ждать. Вам не повезет, если дождь зарядит на целый день. Я не помню случая, когда в последний раз целый день шел дождь! Тогда вам просто надо снимать намного быстрее. Вы можете сделать поляроидные снимки, убедиться, что с волосами все в порядке, и постараться все сделать правильно. В случае с Джо все было снято приблизительно за четыре часа, потому что все утро шел дождь.

**М.К.:** Как быстро вы снимаете? На улице вы снимаете быстрее, чем в студии?

**П.В.:** Вы должны снимать быстрее, потому что вы теряете свет, и вы не можете снимать до полуночи. Снимая при дневном свете, вам приходится заканчивать съемку раньше, потому что качество света меняется в зависимости от времени года.

**М.К.:** Съемка для публикации и моды различна?

**П.В.:** При работе с рекламой вы должны сделать за день определенное количество снимков и снять определенное количество предметов. Вы должны показать намного больше одежды, и вы не сможете просто сказать: «Давайте не будем делать этот вид, потому что он мне не нравится». Иногда это не мешает, но порой бывает очень трудно. Например, если вы должны сделать по 12 снимков в день за четыре дня, бывает трудно сохранить творческий контроль.

**М.К.:** Были ли вы довольны тем, как сюжет выглядел в журнале?

**П.В.:** Эзра в *Self Service* сделал очень хорошую работу. Иногда вашу работу могут совершенно извратить. В конечном счете вы до некоторой степени теряете контроль на этой стадии. Иногда журнал может ухудшить ваш любимый снимок. Можно только молиться, чтобы этого не произошло. Снимок выглядел иначе, чем я предполагал, но это была очень приятная неожиданность и дополнение к тому, что я сделал.

#### Эстетика случайности

Опубликовано в *Self Service*,  
осень/зима 2004 года.  
Я вообще не использую  
много фигур в кадре, так что  
между кадрами не возникает  
реального диалога.  
Я сказал бы, что в этом случае  
модели могут лучше вырази-  
ть себя и свое понимание  
того, что делают.



Для создания этого изображения камера была поставлена ниже уровня глаз, а над моделью был установлен шелковый экран, чтобы сделать свет мягче, а также был несколько уменьшен верхний свет. В результате передний план стал более ярким, чем фон, и на этом конкретном снимке выбелилась часть блузы. Везерелл также хотел добавить немного тени и смягчить светлые участки. Для этого он поместил черный ломаный экран около головы модели, чтобы он поглощал свет, и тем самым добился некоторого эффекта притемнения.

#### Оборудование

- Тренога
- Mamiya RZ67 корпус
- Экспонометр
- 140-, 110- и 180-мм линзы
- Отражатели
- Черные затенители
- Поляроидный задник

#### Спецификация

КАМЕРА: Mamiya RZ67 с 110-мм линзой и поляроидным задником

СВЕТ: Только естественное освещение

ПЛЕНКА: Kodak TRI-X ISO 400 rated at ISO 200, обработанная как нормальная

ВЫДЕРЖКА: между 1/60 и 1/125 сек., диафрагма между f/11 и f/16

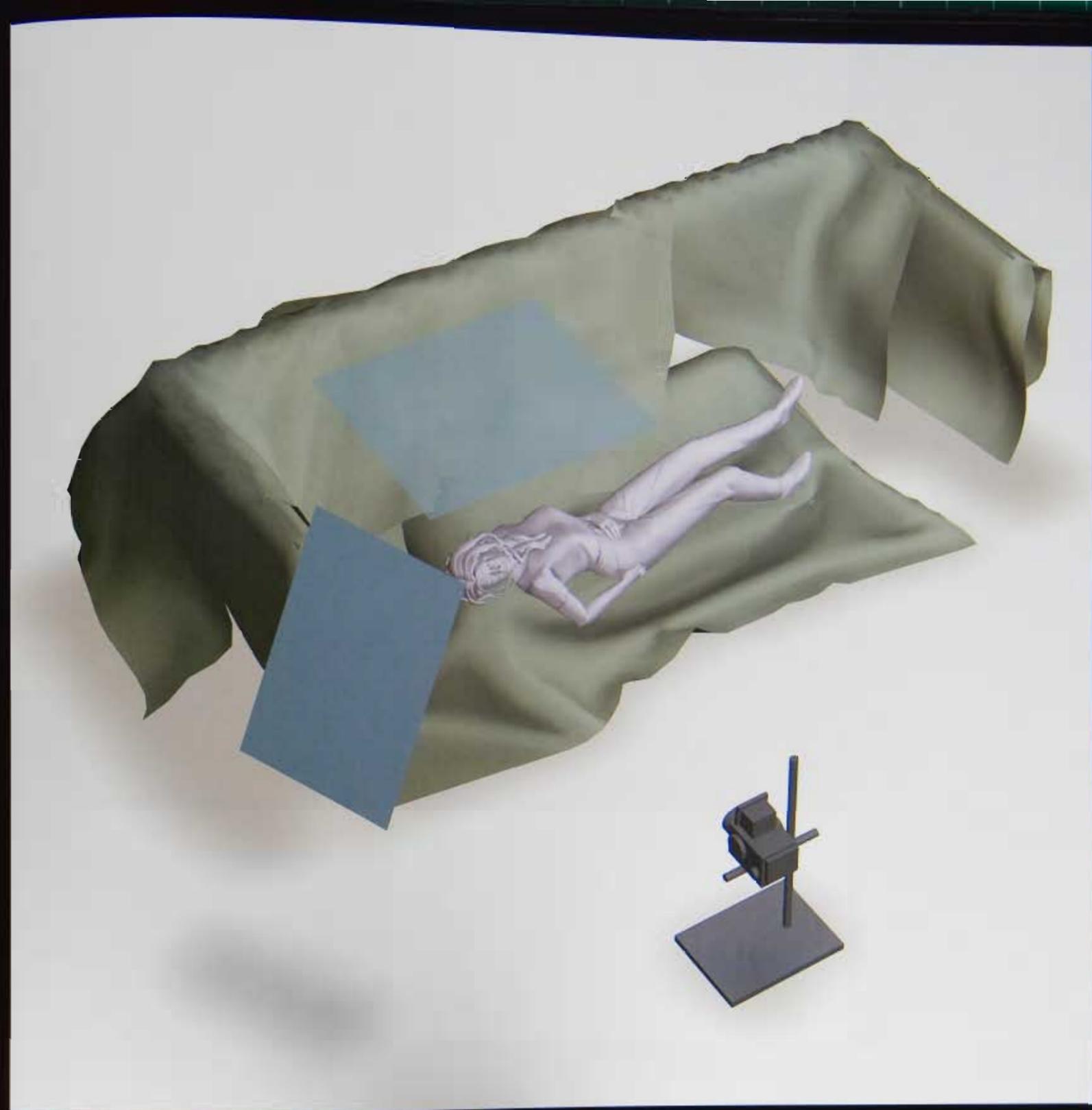
#### Литература

*Emmet Gowin: Photographs*, EMMET GOWIN, Bullfinch Press, 1991

*Exiles*, JOSEF KOUDELKA, Thames & Hudson, 1998

*Imogen Cunningham: On the Body*, RICHARD LORENZ, Bullfinch Press, 1998

*Lee Friedlander: Nudes*, LEE FRIEDLANDER, Jonathan Cape, 1991



## Джон Эйкенхерст

### Снимки

Яйцо для *The Face*  
Либерти Росс для *Harper's Bazaar*  
Лили Коул для китайской версии *Vogue*

### Менеджмент/Контакты

Camilla Lowther management  
[www.clmus.com](http://www.clmus.com)

## Ричард Буш

### Снимки

Крильер (совместно с Юджином Сулейманом) для *Numéro*  
Сюжет макияжа (совместно с Петросом Петрохилосом) для японской версии *Vogue*  
Праздник цвета (совместно с Вэллом Гарландом) для японской версии *Vogue*

### Менеджмент/Контакты

Untitled\*  
[www.untitled.uk.com](http://www.untitled.uk.com)

## Илейн Константин

### Снимки

Эльсон Стрит для *Pop*  
Рекламная кампания для American Eagle Outfitters

### Менеджмент/Контакты

Марко Сантуччи  
[www.marcosantucci.com](http://www.marcosantucci.com)

## Уоррен Дю Приз и Ник Торнтон-Джонс

### Снимки

Ария для *BIG*  
Обложка для *Dazzed & Confused*  
Всемирная кампания для Бьорк: величайшие хиты

### Менеджмент/Контакты

Не публикуются

## Джейсон Эванс

### Снимки

Изящная простота для *i-D*

### Менеджмент/Контакты

[www.thedailynice.com](http://www.thedailynice.com)

## Дэн Холдсуорт

### Снимки

География: проект для Института современного искусства в Миддлсборо (МИМА)

### Менеджмент/Контакты

M.A.P.  
[www.mapltd.com](http://www.mapltd.com)  
[www.danholdsworth.com](http://www.danholdsworth.com)

## Адам Хоув

### Снимки

Женская одежда для *i-D*

### Менеджмент/Контакты

M.A.P.  
[www.mapltd.com](http://www.mapltd.com)

## Алексей Любомирский

### Снимки

Кейт Шайнс для *Harper's Bazaar*  
Новая жизнь Дженнифер Энистон для *Harper's Bazaar*  
Деми Мур, следующий шаг для *Harper's Bazaar*

### Менеджмент/Контакты

Management + Artists  
[www.managementartists.com](http://www.managementartists.com)

## Тоби Макфарлан Понд Пол Везерелл

### Снимки

Всемирная рекламная кампания Adidas  
Ее темные материалы для *Pop*  
Уступил ночи для *Pop*  
Странная красота для *Pop*

### Менеджмент/Контакты

M.A.P.  
[www.mapltd.com](http://www.mapltd.com)

## Сольве Сундсбо

### Снимки

Цветок для *V*  
Лепня белизна для *V*

### Менеджмент/Контакты

Не публикуются

### Снимки

Эстетика случайности для *Self Service*  
Популярная девушка для *Pop*

### Менеджмент/Контакты

M.A.P.  
[www.mapltd.com](http://www.mapltd.com)

# Список участников

## Джон Эйкенхерст

**Портрет фотографа**  
Фотограф: Иммо Клинк

### Яйцо

Фотограф: Джон Эйкенхерст  
Стилист: Шарлот Стокдэйл  
Прическа: Малькольм Эдвардс  
Макияж: Вэл Гарланд

### Либерти Росс

Фотограф: Джон Эйкенхерст  
Стилист: Шарлот Стокдэйл  
Прическа: Малькольм Эдвардс  
Макияж: Вэл Гарланд  
Модель: Либерти Росс

### Лили Коул

Фотограф: Джон Эйкенхерст  
Стилист: Эмили Барнс  
Прическа: Даффи  
Макияж: Келли Корнуэлл  
Модель: Лили Коул

## Ричард Буш

**Портрет фотографа**  
Фотограф: Иммо Клинк

**Все прочие фотографии**  
Фотограф: Ричард Буш

## Илейн Константин

**Портрет фотографа**  
Фотограф: Иммо Клинк

### Добро пожаловать домой

Фотограф: Уиджи  
Добро пожаловать домой, Джимми! из Hulton Archive collection, по любезному согласию Getty Images

### Все прочие фотографии

фотограф: Илейн Константин

## Уоррен Дю Приз и Ник Торнтон-Джонс

**Портрет фотографов**  
Фотограф: Иммо Клинк

### Ария

Фотографы: Уоррен Дю Приз и Ник Торнтон-Джонс  
Стилист: Мария Вирджин  
Прическа: Дейян из Premier  
Макияж: Тая Чианале  
Трехмерный персонаж: Вацлав Чижковский  
Ретушь: Роберт Тейлор  
Модели: Наталия из 2 Model Management,  
Мария из ICM Models

### Dazed & Confused

Фотографы: Уоррен Дю Приз и Ник Торнтон-Джонс  
Стилист: Кэти Ингланд  
Прическа: Алан Пашон  
Макияж: Сэм Брайант  
Модель: Эрин О'Коннор

### Бьорк: величайшие хиты

Фотографы: Уоррен Дю Приз и Ник Торнтон-Джонс  
Стилист: Равен  
Прическа: Shop Lifter  
Макияж: Андреа

## Джейсон Эванс и Адам Хоув

**Портрет фотографов**  
Фотограф: Иммо Клинк

### Все прочие фотографии

Фотограф: Джейсон Эванс  
Стилист: Адам Хоув

## Дэн Холдсуорт

**Портрет фотографа**  
Фотограф: Иммо Клинк

### Пейзажи

Фотограф: Дэн Холдсуорт

### Снимки для публикаций

Институт современного искусства  
в Миддлсборо (MIMA)  
Фотограф: Дэн Холдсуорт  
Арт-директор: YES  
Копирайтер: Пол Шепхерд

## Алексей Любомирский

**Портрет фотографа**  
Фотограф: Иммо Клинк

### Все прочие фотографии

Фотограф: Алексей Любомирский

## Тоби Макфарлан Понд

**Портрет фотографа**  
фотограф: Иммо Клинк

### Рекламная кампания Adidas

Фотограф: Тоби Макфарлан Понд  
Агентство: TBWA\Chiat\Day  
Арт-директор: Син Флорес

### Ее темные материалы

фотограф: Тоби Макфарлан Понд  
Стилист: реквизита: Эмили Хилл  
Ретушер: Роб Виллингхэм  
Редактор моды: Сэм Виллоугби

### Уступи ночи

Фотограф: Тоби Макфарлан Понд  
Стилист: реквизита: Эмили Хилл  
Ретушер: Роб Виллингхэм  
Редактор моды: Сэм Виллоугби

### Странная красота

Фотограф: Тоби Макфарлан Понд  
Модельер: Тоби Макфарлан Понд  
Стилист: реквизита: Эмили Хилл  
Ретушер: Роб Виллингхэм  
Редактор моды: Сэм Виллоугби

## Сольве Сундсбо

**Портрет фотографа**  
Фотограф: Иммо Клинк

### Цветок

Фотограф: Сольве Сундсбо  
Стилист: Анастасия Барбьери  
Прическа: Сэм Макнайт  
Макияж: Мария Ольссон  
Модель: Полина Куклина из Take 2 Model Management

### Летняя белизна

Фотограф: Сольве Сундсбо  
Стилист: Анастасия Барбьери  
Прическа: Малькольм Эдвардс  
Макияж: Мария Ольссон  
Установка: Стиви Стьюарт  
Модель: Лили Коул

## Пол Везерелл

**Портрет фотографа**  
Фотограф: Иммо Клинк

### Фотография Куделки

Фотограф: Юзеф Куделка  
United Kingdom, Wales. 1977 ©Josef Koudelka.

### Эстетика случайности

Фотограф: Пол Везерелл  
Прическа: Пол Ханлон из Julian Watson Agency  
Макияж: Сэм Брайант из Holy Cow,  
использовалась Mac cosmetics  
Ассистент фотографа: Саймон Бремнер  
Модель: Дутцен из Viva  
Стилист: Анна Кокбурн  
Ассистент стилиста: Элисон Эльвин

### Популярная девушка

Фотограф: Пол Везерелл  
Редактор моды: Джо Маккенна  
Прическа: Саманта Хиллерби  
Макияж: Лиза Батлер  
Маникюр: Гленис Баптист  
Модель: Малгося Бела  
Ассистенты фотографа: Жиль Прайс и  
Саймон Фаррант  
Ассистент по моде: Майкл Филуз и Аня Зурова  
Ассистент по прическам: Мишель Маквиллам

# Предметный указатель

- 032с 75, 153  
10 11, 153  
Adidas 119, 121, 130, 133  
Another Magazine 7  
Arena Homme Plus 11, 43, 75, 119, 130  
Art Partner 7  
At the Edge of Space 89
- BIG 11, 48, 57, 67, 119
- Calvin Klein 119, 128, 158  
Castlefield Gallery 43  
Central Saint Martins College of Art & Design 75  
City & Guilds 43  
Comme des Garçons 147  
Creative futures 29  
Creative Review 27, 29, 61
- Daks 153  
Dazed & Confused 7, 61, 137  
Design Laboratory 9  
Diesel 50  
Dior 8, 142, 145  
DJs 50  
Doing Bird 153
- Emery frost 89  
Farnham 75  
Fashioning The Future 57  
Four Tet 75  
FujiFlex 18
- Gap 7 11, 43  
Gas Book 57  
Geographics 91, 93, 96  
Giselle 48, 52  
Grace Abounds 77
- Hair 50  
Hamilton's 59  
Hermes 137
- IBM 153  
i-D 7-8, 30, 45, 75, 79, 84, 90, 137, 153  
Illustrator 62  
Institute of contemporary Art (ICA) 57  
InStyle 52
- Joy Division 120
- Kylie 11
- L'Officiel 103  
L'Uomo Vogue 75, 103  
Lancôme 103, 137  
Levi's 43, 57
- Mamiya 18, 99  
Massive Attack 57 62  
Moloko 75
- Nadar 9  
National Geographic 93  
Nike 43, 75  
Northern Soul 45  
Numero 11, 30, 137
- Orange 89
- Prada 7, 119  
Photoshop 6, 62  
Pop 11, 43, 48, 103, 105, 112, 119, 124, 127-128, 137 153, 155  
Radiohead 75  
Ritz Fine Jewellery 119
- Self Service 7, 11, 30, 153, 156, 158, 167  
Sex Pistols 120  
Sleazemation 43  
Sunday Times 59  
Sunday Times Magazine 61
- Tank 7  
Tate Modern 75  
TBWA\Chiat\Day 119, 130  
Tea Dance 43  
The Face 7-8, 11, 16, 18, 21, 43, 45, 47-48, 59, 75, 103, 105, 130, 153-154  
The Times 61
- V 103, 137, 147  
Valentino 7, 103  
Vanity Fair 6, 106  
Visionaire 137  
Vogue 6, 9, 11, 22, 29-30, 33, 36, 43, 75, 103, 105-106, 137
- W 153  
Wonderland 103, 112  
YES студия 89, 91, 93, 95  
Aveda 11
- абстрактные образы 9, 12, 15-16, 18, 21-22, 24, 27, 39, 67-68, 71, 75, 93, 119-120, 154  
авангардизм 77  
Аведон, Ричард 8-9  
агенты 1, 30, 59, 78, 80, 89-90, 103, 119, 128, 158  
актеры 109, 112  
Алас, Мерт 7
- альбомы для вырезок 48  
Америка см. Соединенные Штаты Америки  
аналоговые процессы 6, 57, 62  
Англия 45, 153-154  
Арбус, Диана 8-9  
Ария 57  
аромат 11, 21, 61, 68, 119, 128  
арт-директор 7-9, 21, 47-48, 59, 61, 67, 83, 128  
арт-редакторы 61  
архивы 61  
Арчимбольдо, Джузеппе 127  
ассистенты 6, 11, 16, 29, 43, 45, 49-50, 54, 59, 78, 83, 90, 103, 105, 109, 119-120, 133, 137, 139-140, 142, 154, 161
- Ауди 119  
афропрически 33  
аэрофотосъемки 99
- Баленсиага 7  
балетмейстеры 50  
Барбьери, Анастасия 137, 139, 142, 147  
Барон, Фабиан 21  
Бассман, Лиллиан 137  
белые ночи 139  
Бербридж, Ричард 137  
Бергдорф Гудмен 153  
Битон, Сесиль 8  
Бланшетт, Кейт 103, 106, 112, 115  
Блейм, Джули 75  
блеск 70, 72  
бойскауты 95  
боковое освещение 49, 54, 115-116, 130, 134  
Бонд, Джеймс 119  
Брайант, Сэм 161  
брайтонский павильон 112  
Брайтонский университет 103, 105
- W 153  
Wonderland 103, 112  
YES студия 89, 91, 93, 95  
Aveda 11
- абстрактные образы 9, 12, 15-16, 18, 21-22, 24, 27, 39, 67-68, 71, 75, 93, 119-120, 154  
авангардизм 77  
Аведон, Ричард 8-9  
агенты 1, 30, 59, 78, 80, 89-90, 103, 119, 128, 158  
актеры 109, 112  
Алас, Мерт 7
- Везерелл, Пол 7 152-169  
верхнее освещение 130, 134  
Вестон, Эдвард 11, 158  
Вестсайдская история 50  
ветродуи 139-140  
видео 8, 62, 75  
визуальный сигнал 8  
Вилер, Джаккетта 105  
Винтер, Джудит 93  
Водка «Абсолют» 119  
волосы 30, 33, 36, 39-40, 112, 139, 147, 161, 165, 167  
Вольф, Брана 103  
вольфрам 70, 72, 96  
время дня 153  
вспышки 40, 50, 54, 70, 72, 130, 134, 137  
Вуиттон, Луи 7  
выделение рамки 50  
выдержка 39, 70, 75, 93, 96, 100, 105, 130, 139, 147, 153, 156  
выпуск 9, 30, 43, 52, 61-62, 67, 75, 84, 89-90, 93, 130, 137, 158  
вырезать-и-оставить 145  
высокая мода 7, 18, 21, 27  
выставки 9, 89, 115
- галереи 9, 89, 93, 95, 99  
Галерея Тэйт 89  
Галерея Victoria Miro 89  
Гальяно, Джон 8  
Гарланд, Вэл 18, 27, 29-30, 36, 39  
геометрия 68  
Германия 84, 130  
гермафродитизм 80  
гипервизуальность 61, 67  
гламур 16, 103  
глубина 39, 96, 158, 161  
Говин, Эммет 158  
голландские натюрморты 119  
Голсорхи, Масуд 7  
Гранд, Кэти 75, 105, 124, 130  
грандж 75  
групповые фотографии 47, 49-50, 52  
Гуччи 127
- Двойная экспозиция 75, 139  
Джордан, Чарльз 8  
диаграмма 50  
Буш, Ричард 9, 26-41  
Бьорк 57, 62  
Бэйли, Дэвид 7  
бюджет 75, 80
- Ван Ламсверде, Инес 7, 9  
варианты 29  
веб-сайты 75, 84
- Добро пожаловать домой, Джимми! 48  
Доверие 7-8, 11, 29, 112, 130, 137, 153  
дождь 167  
документация 15, 27, 30, 43, 45, 52  
документы 6, 18, 156, 158  
Дольче и Габбана 7  
Донкастер, Великобритания 8  
Донован, Теренс 43  
дополнения 50  
доска объявлений 89, 99  
дымы 72  
Дэй, Коринн 8  
Дю Приз, Уоррен 6-7, 9, 56-73
- Ее темные материалы 121  
естественное освещение 7, 9, 30, 115-116, 153, 155, 158
- Жизнь в аду и другие истории 9  
журналы 6-9, 11, 15-16, 27, 30, 43, 47-48, 52, 57, 59, 61, 75, 83-84, 90, 93, 99, 103, 106, 112, 119, 124, 128, 137, 147, 153, 156, 167
- Задники 112  
закат 99  
Заполняющий свет 18, 40  
Зельвегер, Рене 103  
зеркала 80, 86, 130, 134  
зерно 158  
знаменитости 47, 68, 103
- иллюстрация 57, 61, 139  
Институт современного искусства в Миддлсборо (МИМА) 89-90, 93  
Интервью 90  
Интернет 6, 84  
интерпретация 15  
Искусство и коммерция 7  
Йоханссон, Скарлетт 52
- Кабриолет 43  
Каллахэн, Гарри 158  
Каннингэм, Имоджен 158  
Картье 57  
карьеры 6, 59, 75, 84, 137, 147  
кастинг 16, 29-30, 75, 79-80, 158  
каталог 84  
Катчер, Эштон 109
- Кашарель 11, 61  
квалификация 6, 43  
Кей, Тревор 119-120  
Келли, Грейс 112  
Кельвин Клейн 7  
Киллип, Крис 45  
классификация 9  
клиенты 7, 11, 15, 27, 36, 50, 57, 59, 75, 84, 89-90, 93, 119, 128, 130, 140, 153, 156  
клише 147  
Книги 12, 78, 89, 105, 112, 115, 119  
Кобб, Грейс 75, 103  
кожа 15, 18, 21-22, 24, 29-30, 36, 39, 67, 70, 72, 165  
Кокбурн, Анна 75, 154, 158, 161  
Колледж Сообщества Южного Манчестера 43  
Коль, Лилия 13, 22, 147  
команды 15, 21, 29-30, 75, 133, 140, 161  
композиция 27, 43, 45, 47, 50, 68, 70, 75, 89, 119, 128, 130, 153  
компьютер 61-62, 147  
Конде, Наст 7  
Константин, Илейн 6, 8, 42-55, 75  
контактные списки 84  
контакты 90  
контраст 39, 52, 83, 96, 156, 161  
закат 99  
Заполняющий свет 18, 40  
Зельвегер, Рене 103  
зеркала 80, 86, 130, 134  
зерно 158  
знаменитости 47, 68, 103
- иллюстрация 57, 61, 139  
Институт современного искусства в Миддлсборо (МИМА) 89-90, 93  
Интервью 90  
Интернет 6, 84  
интерпретация 15  
Искусство и коммерция 7  
Йоханссон, Скарлетт 52
- Кабриолет 43  
Каллахэн, Гарри 158  
Каннингэм, Имоджен 158  
Картье 57  
карьеры 6, 59, 75, 84, 137, 147  
кастинг 16, 29-30, 75, 79-80, 158  
каталог 84  
Катчер, Эштон 109
- Кашарель 11, 61  
квалификация 6, 43  
Кей, Тревор 119-120  
Келли, Грейс 112  
Кельвин Клейн 7  
Киллип, Крис 45  
классификация 9  
клиенты 7, 11, 15, 27, 36, 50, 57, 59, 75, 84, 89-90, 93, 119, 128, 130, 140, 153, 156  
клише 147  
Книги 12, 78, 89, 105, 112, 115, 119  
Кобб, Грейс 75, 103  
кожа 15, 18, 21-22, 24, 29-30, 36, 39, 67, 70, 72, 165  
Кокбурн, Анна 75, 154, 158, 161  
Колледж Сообщества Южного Манчестера 43  
Коль, Лилия 13, 22, 147  
команды 15, 21, 29-30, 75, 133, 140, 161  
композиция 27, 43, 45, 47, 50, 68, 70, 75, 89, 119, 128, 130, 153  
компьютер 61-62, 147  
Конде, Наст 7  
Константин, Илейн 6, 8, 42-55, 75  
контактные списки 84  
контакты 90  
контраст 39, 52, 83, 96, 156, 161  
закат 99  
Заполняющий свет 18, 40  
Зельвегер, Рене 103  
зеркала 80, 86, 130, 134  
зерно 158  
знаменитости 47, 68, 103
- иллюстрация 57, 61, 139  
Институт современного искусства в Миддлсборо (МИМА) 89-90, 93  
Интервью 90  
Интернет 6, 84  
интерпретация 15  
Искусство и коммерция 7  
Йоханссон, Скарлетт 52
- Кабриолет 43  
Каллахэн, Гарри 158  
Каннингэм, Имоджен 158  
Картье 57  
карьеры 6, 59, 75, 84, 137, 147  
кастинг 16, 29-30, 75, 79-80, 158  
каталог 84  
Катчер, Эштон 109
- Лондон 7, 9, 11-12, 75, 80, 90, 112, 115, 139  
Лорен, Ральф 158  
Лоутер, Камилла 105  
Любомирский, Алексей 6, 102-117
- М, А. Р. 90  
Мадонна 8  
Маккин, Крэйг 6-7, 139  
Маквин, Александр 39  
Маккенна, Джо 75, 155, 167  
Маклеллан, Аласдэйр 8  
Макнайт, Сэм 139  
Макфарлан Понд, Тоби 7, 9, 118-135  
маникюры 140  
Манчестер 43, 49, 52  
Матадин, Винуд 1, 9  
Мейер, Барок Адольф де 9  
Мейсель, Стивен 7  
Мерфи, Розин 75  
местоположение 30, 52, 93, 95-96, 112, 153, 155-156, 167  
Миддлсборо 93  
Миу Миу 7, 79  
Мияке Исси 57  
модели 8, 18, 22, 24, 27, 29-30, 40, 43, 47, 50, 54, 70, 72, 75, 80, 84, 86, 103, 105-6, 109, 116, 137, 139-140, 142, 145, 147, 150, 153, 155-156, 158, 165, 168  
отношения 7-8, 29, 59, 61, 75, 77-78, 83-84, 93, 95-96, 130, 154  
оттенок 24
- Пагануччи Вольфингтон, Моника 67  
Париж 7, 61  
парики 29  
парикмахер-стилист 7-8, 15, 18, 27, 29-30, 105-106, 139-140, 161  
парфюм, см. духи 8  
пейзаж 9, 89-90, 93, 95-96, 99, 120, 139, 153  
пейзажи 8  
Пенн, Ирвинг 9, 11  
первичные цвета 71  
передержка 96, 99, 156, 158  
передний свет 22, 115-116  
перспектива 95  
Петрохилос, Петрос 29-30, 33  
печать 6, 96, 153, 156, 158  
Пигготт, Маркус, 7  
пленка 6, 84, 96, 109, 130, 140, 145, 156, 165
- нефть 72  
нижнее белье 11  
Новый порядок 120  
Норвегия 137, 139  
Ночные бабочки 121  
Нурофен 89  
Нью-Йорк 6-7, 9, 11-12, 80, 83-84, 103, 115, 128  
Ньюман, Арнольд 112  
Ньютон, Хельмут 22, 59  
ню 11, 158  
нюансы 52, 70
- Обложка альбома 75, 119-120  
оборудование 24, 40, 54, 72, 78, 86, 100, 116, 134, 150, 168  
обувь 8, 119, 124, 130, 133-134  
обучение 45  
одежда 27, 75, 77, 79-80, 84, 103, 112, 137, 139-140, 142, 147, 161, 167  
освещение 8, 11, 16, 18, 21, 24, 27, 29-30, 33, 40, 43, 49-50, 54, 57, 61, 68, 70-72, 80, 86, 95-96, 99-100, 105, 109, 115-116, 120, 130, 133-134, 137, 139-140, 142, 145, 147, 150, 153, 155-156, 158, 165, 168  
отношения 7-8, 29, 59, 61, 75, 77-78, 83-84, 93, 95-96, 130, 154  
оттенок 24
- Пагануччи Вольфингтон, Моника 67  
Париж 7, 61  
парики 29  
парикмахер-стилист 7-8, 15, 18, 27, 29-30, 105-106, 139-140, 161  
парфюм, см. духи 8  
пейзаж 9, 89-90, 93, 95-96, 99, 120, 139, 153  
пейзажи 8  
Пенн, Ирвинг 9, 11  
первичные цвета 71  
передержка 96, 99, 156, 158  
передний свет 22, 115-116  
перспектива 95  
Петрохилос, Петрос 29-30, 33  
печать 6, 96, 153, 156, 158  
Пигготт, Маркус, 7  
пленка 6, 84, 96, 109, 130, 140, 145, 156, 165
- пленочная фотография 6, 33, 36, 52  
пляжи 43, 89, 95, 109, 153  
погода 30, 137  
подготовка 161  
подрезание 18, 21, 36, 39, 52  
подчеркивание 36  
позы 43, 52, 68, 112, 140, 147, 153, 156  
показы на подиуме 29, 84  
показы на полосе, см. показы на подиуме  
поколения 29  
Польша 155  
поляроидные снимки 6, 16, 30, 33, 50, 52, 109, 127, 142, 145, 161, 167  
портреты 8-9, 30, 36, 45, 48, 52, 59, 61, 75, 90, 93, 103, 105, 112, 120, 127, 153  
портфолио 6-8, 12, 27, 45, 105, 119, 130  
посвечивание 130, 134  
постпроизводство 6-7, 18, 27, 29, 36, 57, 62, 70-71, 79, 96, 119, 130, 133-134, 137, 139, 147  
поэзия 67-68, 71, 93  
презентации с использованием как фото-, так и видеосъемки 57  
принтеры 8, 96  
приспособления 83  
пробный снимок 95, 105, 109, 137, 161  
программное обеспечение 57  
проекты на основе движения 68  
проекты на основе пленки 67-68, 71, 75, 109  
проекционные экраны 72  
пропорции 133  
публикации 7, 57  
публицисты 112  
публичное искусство 93
- размывание 70  
разрешение 67, 71  
рассказ 27, 43, 77, 79, 153, 155  
расширения 99  
редактирование 52, 57, 75, 79, 84, 105, 139, 147, 156  
редакторская публикация 77  
редакторы 7, 30, 83  
Рейд, Джейми 120  
рекламизит 8, 33, 133, 137, 140, 153  
рендеринг 71
- репортаж 48  
репутация 7, 78, 130  
ретуширование 7-8, 62, 130, 156, 158  
рисование 8  
Ритто, Херб 8  
Риццо, Оливье 75  
Риччи, Нина 11  
Род, Нэнси 75  
роскошные изделия 7, 124  
Росс, Либерти 11, 18, 21
- Савилл, Питер 120  
Сандер, Джил 7  
Сан-Франциско 130  
Свиллингем, Ли 43, 48  
сезоны 7, 153  
Сен-Лоран, Ива 137  
силуэты 33, 40, 84, 130, 134  
симметрия 29  
Симс, Дэвид 7-8, 75, 78, 137, 154  
скидки 137  
скорость открытия затвора 99  
Скотт, Венеция 75  
совет 22, 75  
Соединенное Королевство (Великобритания) 8, 30, 43, 75  
Соединенные Штаты (США) 124, 153  
создание сюжета 50  
солнечный свет 50, 80, 86, 153, 156  
солосоставление 27, 68, 75, 93, 119  
соревнование 7, 130  
сотрудничество 8, 22, 27, 47, 50, 57, 61, 75, 77, 89, 93, 95, 103  
специальные эффекты 62, 137  
спецификации 24, 40, 54, 72, 86, 100, 116, 134, 150, 168  
Сплинк, Джон 90  
Спирс, Бритни 103  
спонсоры 93  
справочная работа 77  
среда обитания 89  
Старк, Филипп 119  
статус 128  
Стефани, Гвен 103  
стилисты 6-7, 15-16, 27, 29, 75, 77-78, 84, 103, 105-106, 124, 137, 139-140, 154, 161  
стиль 7, 105  
Стокдейл, Шарлотта 16, 18, 21
- столкновение 8  
студийная фотография 9, 30, 47, 52, 70-71, 80, 84, 86, 124, 137, 139, 142, 147, 153, 155-156, 158, 167  
Сулейман, Юджин 27, 29-30, 39  
Сундсбо, Сольве 6, 136-151  
супермодели 43, 47
- танец 50, 52, 140  
текст 93, 95  
текстура 27, 36, 39, 71, 75, 77, 79, 154, 161  
Теллер, Юрген 9, 90  
Темплер, Карл 21  
Тестино, Марио 6-8, 103, 105-106, 115, 137  
техника съемки на ходу 54  
Тильманс, Вольфганг 9  
Тис 99  
Торжество цвета 29  
Торнтон-Джонс, Ник 56-73  
Торрес, Тони 67  
Трейси, Эллен 103  
тренога 52, 96, 100  
трехмерные образы 67-68
- углы зрения 50, 165  
Уиджи 48  
Университетский Колледж Искусств 75  
Уорд, Мелани 75  
Уотсон, Альберт 11, 16  
уроки 24, 40, 54, 72, 86, 100, 116, 134, 150, 168  
ученичество 29
- фильтрование 62  
финансирование 93  
флуоресцентный свет 96  
Фокстон, Саймон 6, 75, 84  
фокусное расстояние 39  
фонь 16, 18, 21-22, 24  
форма 15, 27  
Фотография-2005 89  
Франция 128
- Хамнетт, Катрин 43  
Хантер, Том 9  
Харперс Базаар 9, 11, 18, 103, 106, 112, 137  
Хатчер, Тери 103  
Хелберн, Одри 8, 112  
Хиллфилдер, Томми 119  
Химические Братья 119  
Холдсворт, Дан 9, 88-101  
Хоув, Адам 74-87  
художественная история 8
- художники по косметике 7-8, 15, 18, 27, 29-30, 105-106, 140, 161  
Хью, Дэвид 75  
Хьюдзар, Питер 9  
цвета 27, 30, 36, 39, 43, 45, 71, 75, 96, 133, 139, 147, 161  
цена производства 75, 80  
цифровые технологии 6-7, 9, 36, 57, 62, 71, 109, 130, 133, 140, 142, 145, 147, 156, 158
- частичная работа 71  
черно-белые снимки 6, 30, 156, 161
- Шайнс, Кейт 105  
Шеле, Эгон 8  
Шелперд, Пол 89, 91, 93  
Шилдс, Брук 158, 161  
Шлиман, Хайди 137  
Шримптон, Жан 8
- Эванс, Джейсон 6, 74-87  
Эдвардс, Малкольм 18  
Эйкенкерст, Джон 7, 10-25  
экспериментирование 30  
электрическое освещение 105  
электронная почта 80, 84, 156  
Эльсон Стрит 43, 45  
Эльсон, Карен 48-50, 52  
энергия 50, 52  
Энистон, Дженнифер 103, 105, 109, 112
- Юджиния 30
- язык тела 106  
Яйцо 7, 11, 16, 18, 21  
Ямамото, Йодзи 153  
Япония 80

Я благодарю фотографов, работы которых явились основой этой книги. Они щедро тратили на меня свое время, отвечая на мои вопросы, и даже согласились сняться. Я особенно хочу поблагодарить Джейсона Эванса и Адама Хоу, чья поддержка идеи этой книги значила для меня так много.

Особая благодарность Иммо Клинку ([www.immoklink.com](http://www.immoklink.com)), который взялся и довел до конца работу по созданию портретов с талантом, большим чувством стиля, обязательностью и энтузиазмом; Линди Данлоп и команде в Roto Vision – они очень поддерживали меня; Эдди Отчеру, который упорно трудился, обрабатывая интервью и изображения; Джали Брауну, Нейлу Куперу, Грегорио Пальярию, Ребекке Робертс, Стюарту Сирлу, Элеоноре Страт и всем в М.А.Р. в Лондоне и Нью-Йорке, чей опыт и дружелюбие значительно способствовали созданию этой книги.

Я очень благодарна агентам и ассистентам, которые оказали невероятно большую помощь в подготовке интервью и получении изображений: Пауле Экенджерат Клар Пауэлл; Нику Брайнингу и Quinn D/ Buggsat Management + Artists (Нью-Йорк); Марко Сантуччи и Виктории Волкман в Марко Сантуччи; *Self Service*; Эмили Йомтобьян в РМК/НВН; Рэчел Эллистон и Джорджу Мискамблю в Untitled\*; Нику Павею, ассистенту Элейн Константин; а также Николь Штильман, ассистентке Уоррена Дю Приза, и Нику Торнтону Джонсу.

Я благодарю за поддержку, помощь и веру: Сьюзен Брайт, Тони Кларк, Джорджина Колби, Том Комри, Шарлотта Коттон, Марк Дайзон, Памела Клелланд Грей, Натан Фирт, Хайди Гривас, Нэнси Ханли, Хью и Энн Азард, Дэвид Хад, Бен Хехир, Дэвид Хьюс, Том Хантер, Энтони Лавера, экс де Медичи, Джейсон Питра, Кэтрин Пауэр, Джайлс Прайс, Эндрю Сэйерс, Луиза Шаннон, Ванесса Терней, моих коллег из National Portrait Gallery в Лондоне, которые всегда поддерживали меня, и больше всего маму, Гецу, Кэт и Дим, Тома и Деб, Бенджо, Мэри и трех малышей.

Книги Мода и реклама/  
И-Клеш  
2392005 Цена: 799.00  
20215711239200500020

032c  
10 1  
Adidi  
Anot  
Aren  
11E  
Art P  
At th  
  
BIG  
  
Calvi  
Casti  
Cent  
of /  
City i  
Com  
Crea  
Crea  
  
Daks  
Daze  
Desi  
Dier  
Dior  
DJs !  
Doin  
  
Eme  
Fam  
Fash  
Four  
Fujif  
  
Gap  
Gas  
Geor  
Gise  
Grac  
  
Hair  
Ham  
Hern  
  
IBM  
I-D 7  
13  
Illust  
Insti  
(IC  
InSt)  
  
Joy I  
  
Kylie  
  
L'Off  
L'Uo  
Lanc  
Levi'



Серия «Мастер-класс лучших фотографов мира» объединяет потрясающие изображения с практическими советами, которыми делятся с читателями признанные мастера фотоискусства. Читатель познакомится с избранными работами самых известных специалистов в области практической эстетики. Проницательные интервью помогут понять суть философии лучших фотографов мира, постигнуть методы их работы, познакомиться с практическими секретами мастерства.

Магдалена Кини, музейный хранитель и писатель, занималась как коммерческой, так и музейной фотосъемкой. Она работала прежде в Национальной галерее Австралии (Канберра), затем переехала в Лондон, чтобы принять участие в исследованиях фотографической коллекции Музея Виктории и Альберта, а затем сотрудничала с фотоагентством M.A.P. (Management and Production). В настоящее время работает в Национальной галерее в Лондоне.

#### Фотографы:

Джон Эйкенхерст *Обнаженная натура*

Ричард Буш *Косметические продукты*

Илейн Константин *Композиция*

Уоррен Дю Приз и Ник Торнтон-Джонс *Цифровые технологии*

Джейсон Эванс и Адам Хоув *Фотограф и стилист*

Дэн Холдсуорт *Пейзаж*

Алексей Любомирский *Работа со знаменитостями*

Тоби Макфарлан Понд *Натюрморт*

Сольве Сундсбо *Студийная съемка*

Пол Везерелл *Естественное освещение*

