



背后的艺术

董刚 著



经济科学出版社
Economic Science Press

彩妆背后的艺术

董刚 著

图书在版编目(CIP)数据

彩妆背后的艺术/董刚著. ——北京: 经济科学出版社, 2014.5

ISBN 978-7-5141-4530-4

I. ①彩... II. 董... III. ①化妆 IV. ①TS974.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第068296号

责任编辑: 刘瑾

责任校对: 王肖楠

责任印制: 邱天

彩妆背后的艺术

董刚 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲28号 邮编: 100142

总编部电话: 010-88191217 发行部电话: 010-88191522

网址: www.esp.com.cn

电子邮件: esp@esp.com.cn

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: <http://jjkxcbs.tmall.com>

北京市十月印刷有限公司印装

889×1194mm 16开 14.75印张 25000字

2014年5月第1版 2014年5月第1次印刷

ISBN 978-7-5141-4530-4 定价: 98.00元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010-88191502)

(版权所有 翻印必究)

目录

第一章	重塑经典	11
第二章	仿生自然	85
第三章	实验创艺	119
第四章	极致美学	189
致 谢		229

编辑的神技

一直以来,时尚编辑在我们的行业史上,拥有比其他同行高很多的地位,虽然他们不曾去侦察讨伐,写出可以推翻政权、弄翻股市的文章,也不会去按下快门拍下绝世瞬间的照片。但是,在时尚的行业里,时装编辑却是最受人尊重的职业,无论是一个时装帝国的 CEO,还是蜚声世界的设计大师,他们无论怎样都愿意和时装编辑倾谈,甚至听从他们的建议,拍下像 Marc Jacobs 满身涂鸦写满 Louis Vuitton 的裸体照片。这是为什么呢?其他行业的人永远也不会理解,因为,在时尚的世界里,令人传世的绝非是你的股票或者发明,而是永恒的主题——美。能够发现美,放大美,把美创造到令人难忘、令人刻骨铭心的一群人,便是妙手巧思的背后大师——时尚编辑。世界上最有名的便是《时尚芭莎》HARPER'S BAZAAR 最著名的编辑 Carmel Snow,她发现了 Dior 迪奥先生,并用一篇“The New Look”的文章,让迪奥蜚声美洲大陆。还有发现安迪·沃霍尔的著名编辑,资助并启发他画起身边之物,汤罐头和超市纸箱,创造出杰出的时装摄影和著名的时装评论体系……世界上,没有多少人知道他们的名字,却有无数令人传颂的故事,经过他们的妙笔和编辑巧思,流传着一个又一个美的风格和美的传说。在中国,我们《时尚芭莎》的著名编辑总监董刚,就是其中的佼佼者。

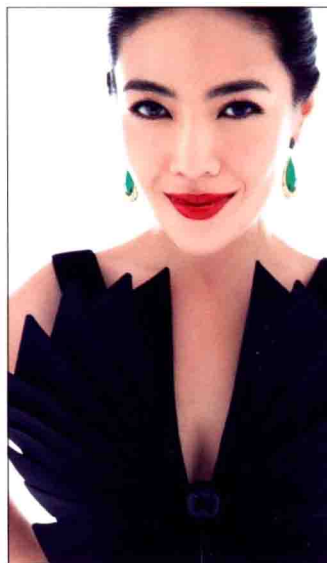
我和董刚合作已经 13 年了,他从小学习美术,那时还是一个刚刚从北京服装学院毕业的大学生,他对东西方美术不仅有着十几年的研习,更重要的是他比一般人更有着对色彩、构图和对比的敏锐感知。我喜欢他不断以艺术的角度,以艺术创作的精神,对我们所见到的稀世珍宝,进行匪夷所思的再创作,他永远不停息,喜爱突破和创新,我非常喜欢和董刚一起分享彼此看到的视觉之美,包括摄影作品、著名的广告、当代艺术和诗词歌赋中蕴含的传统东方美学意境,他总是能够深刻地理解作品背后蕴含的视觉意象。我和董刚之间,仿佛永远心灵相通,几乎不需要解释,瞬间能够感受到下一个创作中要表现的意境。董刚平日是一个细腻安静的人,待人平和斯文,他所有的力量都体现在作品中美学的张力。无论是对于性感,还是动感,无论对于意蕴还是构图,他总是能够把珠宝或者艺术的妆容,当做画面创作主体元素,放大美。铺张强烈的美感,甚至体现在珠宝小鸟翅膀上的一个闪光,让钻石小鸟瞬间感到在飞翔。他善于和摄影师、造型艺术家们像知己一样,探讨创作理念和表现形式,他善于倾听和捕捉设计师、品牌公关们在采访中透露的风格特点,融合、强化、再创作……用与之相符,却意料之外的新的美学形式来呈现。

董刚在《时尚芭莎》十几年的创作生涯中,开创了珠宝和彩妆强烈的艺术风格,让人们领会到彩妆艺术之美和绝世珠宝无尽的美丽。他让美成为一种巨大的力量,令人无法忽视,令人过目难忘,从而渴望了解,水钻泪珠和丛林睫毛可以塑造出的神秘效果;渴望了解猎豹蓝宝和黄钻小鸟的缔造者及传奇和珠宝蕴含的文化情感价值。

我非常幸运拥有像董刚这样的大师级编辑,他如此专注、专业,勤奋和灵动,把完美的时尚世界,用更加完美的创作体系,展示给中国的读者,他和这个行业中无数卓有才华的造型师、彩妆艺术家、摄影大师、超模和著名品牌一起,为这个时代留下最美的作品,影响了一代人,掌握了珠宝和彩妆之美。编辑,对于我,是最令人尊重的职业,我们孜孜以求,在美的世界获得滋养,用毕生的心血将极致之美表现和传承。希望董刚的这本书,带给你一个美的神境和美的力量。

——苏芒

4月9日于北京 时尚大厦



苏芒





为什么用傣纸做藏书票



在认识好朋友大米之前,我不知道世界上还存在着傣纸这样一种非物质文化遗产。我和大米的相识源于一次稀捍行动的活动,这是一项致力于保护“日渐珍稀的自然资源”及“日益珍贵的人类文明”的公益项目,其中自然也涉及美容领域。大米知道我喜欢画画,也邀请我参加他 2014 年的稀捍行动中的傣纸保护项目,希望我用这种特殊的纸张做一系列艺术画作参加展览,呼吁大家对非物质文化遗产的关注。当我收到他寄给我的傣纸后,这种半透明本色质地,在阳光下可以看到絮状物的纸张让我有了新的想法,也迫不及待地去了解它的来历。

原来傣族的造纸传统,与东汉时期蔡伦发明的造纸术有着深厚的渊源,其工序和制作方法基本延续了当时的传统,堪称中国古代造纸的活化石。一千年前随着佛教的传入,对佛经的抄写、记录和传承就成为寺院和僧侣的重要任务。在傣纸出现之前,云南当地的傣族使用一种“贝叶”抄写经书,傣语称为“非兰”,由一种棕榈科植物贝多罗书的叶片加工而成,这种抄写在贝叶上的经文成为“贝叶经”,在傣族很长一段时间的历史上成为信仰和文化传播的载体。后来随着造纸术的发明和传入,傣族人民逐渐掌握了这种利用树皮为原料的造纸方法,并结合当地特色发明了傣纸,这一传承就是八百年。傣纸优良的质地,逐渐取代了贝叶经成为记录和传承信仰的载体,在经历了数百年之后,仍然清晰坚挺、不晕不散,一如他们对信仰的坚持和内心宁静而强大的体现。傣纸也逐渐从寺庙走向民间,并成为普洱茶的包装之选。于是我想,这么有历史价值的纸张,自然是要做成有历史感的藏书票,这个起源于 15 世纪的欧洲的小小标志,以艺术的方式,标明藏书是属于谁的,也是书籍的美化装饰,一般要贴在书的首页或扉页上。但是现在也很少能在书里见到了,为了体现傣纸的悠久历史,我也为此设计了四款藏书票图样,让印厂随机地贴在这本书的扉页上,是我对传统文化的一种艺术致敬。

为什么他们都是艺术家

比起画册,我更想把这本书定义为一本时尚的工具书。我想通过我的努力,给那些有志于从事彩妆事业的人,为那些有需要对彩妆的商业价值进行普及和推广的企业提供一些我的宝贵经验和成果。在传统意义上,彩妆是一门无须门槛的技术,也是生活中的刚需,基本上每个女人都拥有几件漂亮的彩妆产品,在脸上肆意描绘出想要的妆容,这也是为什么化妆品市场常年火爆的原因之一;而彩妆师,在大众眼里仿佛也不是一个特别入流的职业,他们东奔西走,造型另类,没有固定工作场所。然而,作为一名美容编辑,我所做所想的,并不仅仅是告诉读者今天出了什么眼影,明天流行什么睫毛膏,而是在《时尚芭莎》这个高端杂志的平台上,通过我孜孜以求的工作,把彩妆和彩妆师都通过那一幅幅美轮美奂的彩妆大片上升到艺术的层面。

我和圈里最好的化妆师合作、构思、策划、拍摄彩妆大片的过程,更像是用彩妆品为我们的梦想铺路。在这其中,我感受到彩妆有时候是一个方法,它让每个对它有兴趣的人知道彩妆艺术的魅力何在;有时候它是一个推广,通过我和多个品牌合作过的大片可以看出,我们如何用彩妆艺术来制造潮流并带动产品的热销;有时候它又是一个跨界合作,用天马行空的思维突破常规灵感,表现人们对于美的诉求;有时候它还是一种力量,经过彩妆师手下巧妙的描绘,可以把一个明星塑造出不同的性格,也是激励创作者得以扬名立万的源头。如此种种让我意识到,原来彩妆并不是一个大众消费品,而是一件高尚的艺术品,彩妆师也不仅仅是掌握一门简单的手艺那么简单,而是一位位有着前卫美学思潮的艺术家。为什么这么定义他们呢?因为他们会为了一条眼线的角度细细研究,会为一簇睫毛投射下的阴影反复调整,会为一笔眼影的浓淡精心策划,会为一抹唇色的光泽耐心勾勒……这份极致的态度让他们无时无刻不在思索着如何打造面庞上的美学。在他们眼里,如何通过自己的思考和双手描绘出与众不同的妆容已然和一位艺术家在创作作品没什么本质上的区别,此时此刻的那些妆容不仅仅是色彩的融合和对比,而是被赋予了更多的艺术含义和期许。这时你会发现,这些可爱的化妆师们不仅仅是为了美丽而工作,而是为生活创造美、引领美的艺术家!



为什么彩妆是一门艺术



小时候,我喜欢画画,常常抱着画板在北京市少年宫一坐就是一天,可以认真地描摹每一个对象,心里也不会厌烦,因此后来我顺利地考入了中央美院附中,打下了扎实的绘画功底,后来本科在服装学院学习服装设计,可以说我的求学生涯就是一场对艺术的认知,从基本的绘画里学习技法,从服装设计里学习艺术的应用,因此在我看来,艺术手法是可以发挥到生活的各个方面中去的。这个特长运用到我的美容编辑工作中,更是让我如鱼得水,为我的每次拍摄都增加了不少思路,也正是有了艺术思维做指导,我才得以创作出这些优秀的大片。

不同于国外的时尚行业,在国内的时尚行业里,形象设计(stylist)是没有单独分出来的一个职业,而是包含在编辑的工作中。若想成为一名合格的时尚编辑,需要具有艺术的思维、超强的搭配力、理性的流程分析、强悍的策划思路、畅快的沟通性、可读的文字能力,这些素质综合在一起才可以完成一次完美的选题策划和大片拍摄,最终呈现给读者完整的、时髦的、美观的内容。我自己习惯在工作中自成一体,把这几项都有机地结合起来,让自己越做越轻松,而不是越做越没得可做。如何做到这种程度?我有四点不为人知的标准,那就是:气、艺、新、控。气是指我的拍摄习惯,我拍过数不清的明星和模特,并不是每一次都会遇到他们状态极好的时候,那么当下,只要让被拍摄者提一口自然的气,摄影师也会很容易抓住他们的情绪;艺是指艺术思维,我拍了近20年大片,到现在还依然习惯在拍摄前画出版式图,每一个最终呈现在杂志内的版式,我都习惯自己先画好,再给化妆师和摄影师看,一目了然;新就是创新,其实美容大片无非就是研究人物的五官,面对这样万年不变的元素,我必须通过创新来找变化,无论是妆容的创新、颜色的创新、版式的创新等,都是可以使用的方法;控是指对流程的把控,每次大片拍摄并不是在现场让摄影师按快门那么简单,我需要前期策划好思路,找道具,借样衣,约模特化妆师摄影师的时间,拍摄中期在现场把控整个进度不混乱,遇到问题及时解决,后期跟进修片的效果和文字的描述,这样一套流程下来,才可以确保万无一失。这种工作方式下,我觉得创作每张大片的过程就像是一个艺术家在孕育她的作品的过程,艰辛、繁杂又充满了乐趣与成就感。现在你再翻翻前面的大片,会不会觉得这里面包含的意义其实很深呢?

为什么用一把化妆刷做封面

我做彩妆大片这 17 年来,拍摄了无数妆容,这本书中收录的 20 多组大片,可以说只是我作品中的沧海一粟,你也许会有这样的疑问,我拍过那么多漂亮的模特面孔,合作过那么多形形色色的艺术家,为什么会选择毛戈平老师的一把化妆刷来做封面呢? 答案其实很简单,这看似简单的一把刷子,却是将彩妆通往艺术道路上不可或缺的重要工具,而这把工具本身也是一个精致的艺术品,它凝结了化妆师的梦想、智慧和编辑的创意、策划,将优质的彩妆品调和成缤纷的妆面,阐述着时尚对于彩妆的定义以及彩妆对于生活的影响。

就像世界高尔夫大师本·霍根(Ben Hogan)说的那样,好的高尔夫球杆是高尔夫手臂的延伸。对于一个彩妆大师来说,精致顺手的刷具就是轻灵十指的延伸。你真的可以尝试一下,当你拿起一支化妆刷,轻轻抚摸它流线型的刷体,柔软细腻的刷毛,好像一种灵性从刷中传递出来,仿佛你也可以感觉到,它那种天生想要表达的冲动。这份冲动源自一名化妆师最原始而又最坚定的梦想,来自一个工匠师专心、用心的手工,来自时间和美的历练。就像延伸的手指,渴望靠自己的力量,把内心的音乐演奏出来。而这把化妆刷,在毛戈平老师眼里有这样一种有趣的说法,那就是“玩音乐”。他认为当化妆师手拿运用钢琴烤漆的化妆刷化妆时,每一个手势都会让手指与笔杆形成如敲击钢琴键盘的感觉,行云流水间仿佛演奏了一曲动人的音乐。而这首音乐的流畅和美感,就在于刷子的工艺是不是够精湛,够地道。他这样执著而认真的工作态度与我自己在工作中的状态不谋而合,他在研究彩妆之初,在全世界范围内寻找优秀的刷具制作厂家来设计制作,也多次亲赴刷具制作工厂与资深工匠亲自研发设计,无论是为了只有一寸甚至更短长度的眼影刷小巧刷头还是密实蓬松的蜜粉刷饱满刷头,都像对待艺术品一样精心设计。这样的品牌理念与专业执著也符合我对于彩妆大片创作的标准:特色、高质、创新、美学艺术。

于是,我和毛戈平老师有了多次合作,也近距离观察了他的每把化妆刷:选取天然羊毛的粉刷让底妆更加轻薄、均匀;马毛材质的鼻梁刷能够营造出若有若无的阴影;弹性最强的天然貂毛眼影刷在轻柔呵护眼部的同时让眼影与肌肤更加贴合;短狼毫材质的眼线刷能够更加精准控制眼部线条轮廓……不仅它们的刷毛弧度经过精心的手工排列,它们的木质笔杆握手处更有特别的弧度,在钢圈与笔杆的节点上做了贴心的工艺处理,让线条看起来更流畅,使用起来更简单易掌握。这个节点的特殊处理,意味着资深工匠将付出更多的手工艺来完成这一细节的完美。也正是这样的小细节延伸出他的内心色彩,将我把对于时尚和彩妆的理解细细描绘,就像谱写一首属于我的经典乐章一样。



目录

第一章	重塑经典	11
第二章	仿生自然	85
第三章	实验创艺	119
第四章	极致美学	189
致 谢		229



第一章

重塑经典

艺术之所以永恒，就在于它的经典。

这些经典的艺术形式总能一次次给我无限的灵感，

也给予我合作的彩妆师更明确的发挥空间，

让我们无论是以艺术作为灵感，还是站在艺术的肩上，

都能创作出更现代的妆容。

BAZAAR Icon

芭莎偶像



1965 年的符号拼接概念意味着独树一帜的美丽宣言。

细细想来,我在芭莎工作已有十几个年头了,我见过不少时尚圈里的偶像,也采访过不少顶级偶像。而如今,偶像这个词似乎有些泛滥,随便点开一个网页,拿起手机刷刷朋友圈,你都可以轻易地找到偶像这个词:新一代时尚偶像,新锐艺术偶像,模特街拍偶像……可在我心中,永远只有一个偶像,那就是《时尚芭莎》。这不只是因为我在这里工作,更因为这本杂志里所呈现的大片与内容,不仅仅走在时尚的前端,更笼罩着一层艺术的色彩,用一句通俗的话说,那就是芭莎让“时尚”这个现在看似遍地开花的词汇总是那么“高端、大气、上档次。”

已经记不太清我们杂志到底是哪一年开始做芭莎偶像这个栏目,只记得那里面每月会和大家讲述一个有关芭莎、有关真正有时尚影响力的偶像故事,也成为我每个月最喜欢阅读的栏目之一。于是有一天,我突然想,为什么我不能策划一组与芭莎偶像有关的彩妆大片呢?瞬间,那些昨天的先锋形象像过电影一般在我脑海里闪过,我迫不及待地想探索为什么《时尚芭莎》历经 145 年风云变幻,今天依然被惊艳到:1940 年代,《时尚芭莎》就开始向各种不可思议的唇色发起挑战,并用更摩登、新鲜、趣味的构思呈现出疯狂的视觉效果,和波普艺术一样,具有化学元素般的强大爆发力;1958 年,《时尚芭莎》开始在艺术彩妆上进行大胆探索,用富于笔触的高明度亮色妆点美丽的面容,明黄、正红、玫瑰红和宝蓝,精彩的糖果色呈现出轻快、活泼、自由的新时代特征;1962 年,先锋艺术开始进入人们的视线,新浪潮持续升温,用瀑布般的诱人长发衬托珠宝的璀璨在美人脸一统天下的当时是一大视觉突破,几乎占据全部版面的长发和媲美水晶灯的耳饰令人难以忘怀;1965 年,理查德·艾维顿(Richard Avedon)创造的 O 形符号强化出全新的视觉拼贴概念,将模特带有挑衅意味的眉峰和独树一帜的眼妆,透过这个符号面向下一个时代……

我无从得知当年的编辑是如何携手世界顶尖的摄影师、造型师孜孜不倦地创造美的神话,一个挑逗的手势,一抹戏谑的微笑,一次中性的时尚实验,在我看来,曾经辉煌的历史都是一种别样的风格演变。

