

## Люди с улицы | Les gens de la rue

Автор: Надя Мишустина, [Женева](#), 10.06.2009.



С лета прошлого года в Монтре работает необычное модельное агентство. В Casting de Rue нет моделей, есть люди с улицы.

Une agence de mannequins atypique s'est ouverte à Montreux l'été dernier. Casting de rue n'est pas à la recherche de mannequins, mais de gens ordinaires.

Les gens de la rue

У Наташи голубые волосы и она увлекается капуэрой, у Измаила благообразный, но чуть помятый вид, Фабиен широко улыбается, показывая большие, неровные зубы. На [сайте](#) модельного агентства Casting de Rue 250 лиц, и рассматривать их довольно любопытно. Может быть потому, что это не модели, а люди с улицы.

«На реальных людей, которые выражают настоящие эмоции, смотреть интереснее, чем на отретушированные модели», с энтузиазмом говорит по телефону из Монтре Ное Пелле, один из основателей Casting de Rue. Агентство существует с июля прошлого года; незадолго до этого четверо молодых людей, сидя в компании, загорелись идеей фотографа Жана-Мишеля Мари создать модельное агентство для непрофессиональных моделей.

Сначала друзья фотографировали родственников, знакомых и стильных прохожих. Затем создали страничку в Facebook и сайт в Интернете: за первые две недели его существования свои фотографии загрузили более 700 посетителей. Среди критериев при отборе моделей Ное выделил два: фотогеничность и индивидуальность. «Мы

ищем обычных людей с яркой индивидуальностью».

Наташа, Измаил или Фабиен вряд ли заменят Клаудию Шиффер или Пенелопу Круз, но цель не в этом. Торговые марки часто снимают в рекламах «обычных людей», чтобы выйти на одну волну с потребителем. Так, например, непрофессионалов традиционно светят в рекламах жанра testimonials, где они рассказывают о преимуществах овсяных хлопьев, стирального порошка или корма для кошек. В 2004 году косметическая марка Dove запустила рекламную кампанию крема для тела, для которой сняли реальных и при этом полных женщин в нижнем белье. Реклама имела колоссальный успех. В одной Великобритании продажи продукции Dove увеличились на 700 процентов за шесть месяцев.

Похоже, что для Casting de Rue кризис – это шанс для хорошего старта. В период кризиса многие компании сокращают расходы на рекламу. «Люди с улицы» обходятся заказчиком в три раза дешевле, чем профессиональные модели, объясняет Ное. При этом модели получают от 500 до 1,000 франков за день съемок. Среди клиентов Casting de Rue марка экологической одежды Switcher, неправительственные организации, профессиональные фотографы, продюсерские агентства.

Другой возможный фактор успеха для агентства – возросший спрос на реальные типажи. С развитием индустрии, предлагающей многочисленные реалити-шоу, героями становятся не отретушированные звезды, а обычные люди, такие как Сьюзан Бойл. Фотограф Скотт Шуман снимает на улицах стильных прохожих и размещает их фотографии на своем блоге. [The Sartorialist](#) является самым популярным модным блоггом в мире.

Обычные люди в рекламе – это как раз то, что нужно сегодня, когда терпение публики к фальши, обману и слащавости исчерпалось окончательно. На сайте The Huffington Post множество читателей со злостью прокомментировали «замыленный» облик Скарлетт Йоханссон (слева) в рекламной кампании шампанского Moët & Chandon.

Споры об этике ретуширования ведутся чуть ли не с момента возникновения фотографии в середине 19 века. В 1930-х фотограф Джордж Харелл ретушировал фотографии киноактрис, превращая их в кинобогинь, создавая имидж золотой эпохи Голливуда. Советские мастера ловко стирали следы оспы на лице Сталина. Истории известны и более серьезные примеры фальсификации. Так, со знаменитой фотографии Евгения Халдея «Знамя победы над Рейхстагом» с руки советского солдата стерли «лишнюю» пару часов.

В 1990-е годы, с появлением программ специальных компьютерных программ, ретушировать фотографии стало легче и интереснее. Арт-директора журналов начали экспериментировать с цифровыми технологиями, создавая гипер-реальные имиджи наподобие спецэффектов в кино. Фотографы Дэвид Лашапель, Инез ван Ламсвеерде и дуэт Мерт и Маркус трансформировали моделей в кукол Barbie и прекрасных гуманоидов с невероятно длинными шеями, тонкими ногами и осиными талиями. Их фантазии добавили аргументов тем, кто давно обвинял женские журналы в насаждении нереальных и даже пагубных стандартов красоты. На сайте компании Dove даже открыли специальный проект Self-Esteem Fund, цель которого – помочь молодым девушкам справиться с проблемами заниженной самооценки.

В Casting de Rue пользуются программой PhotoShop, говорит Ное, «но мы работаем с

техническими аспектами картинки – светом, контрастом; мы не ретушируем лица и тела наших моделей. Тощие, носатые, толстые.. Они такие, как есть». В ходе фотосессии фотограф Жан-Мишель делает около снимков, десять из них размещаются на сайте.

Модные журналы, которые традиционно питают фантазии публики, также вышли на новый «реальный» путь. Мишель Обама на обложке американского Vogue появилась в собственном, а не в предоставленном для съемок платье. Питер Линдерберг, один из самых гламурных fashion-фотографов, снял несколько обложек для французского Elle "Stars sans fard", на которых Моника Белуччи, Ева Герцигова и Софи Марсо (справа) красуются без макияжа и без ретуши.

Оригинально подошел к кастингу французский модный дом Louis Vuitton. Для съемок рекламной кампании «Core Values» пригласили персону эпохальной величины - американского астронавта Базза Олдрина, который в июле 1969 года вместе с Нилом Армстронгом ступил на поверхность Луны. Вместе с Олдриным в рекламной компании снялись его коллеги-астронавты Джим Ловелл и Салли Райд.

Желающие стать моделями в Casting de Rue могут поместить свою фотографию на сайте агентства. На профессиональные съемки в студии в Монтре приглашают не всех. По словам Ное, особым спросом сейчас пользуются дети и пенсионеры. Как сделать удачный снимок? Совет Ное кандидатам: «Даже если вы скромняга, будьте скромнягой, просто оставайтесь самим собой».

---

**Source URL:** <https://dev.nashagazeta.ch/news/style/7586>