Ман Рэй фотограф модернизма: от изобразительных опытов к художественному бренду Аверьянова Ольга Николаевна

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

доктор наук Аверьянова Ольга Николаевна

ВВЕДЕНИЕ

1. Актуальность темы исследования

2. Цели и задачи работы

3. Предмет исследования

4. Хронологические и географические рамки исследования

5. Источники и историография

6. Методология исследования

7. Основные положения диссертации, выносимые на защиту

8. Научно-практическая ценность исследования

9. Разработка темы в научной литературе

10. Апробация научной работы

11. Структура работы

ГЛАВА I. ИССЛЕДОВАНИЯ ТВОРЧЕСТВА МАН РЭЯ

ГЛАВА II. ФОТОГРАФИЯ В СИСТЕМЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА ПЕРВОЙ ТРЕТИ ХХ ВЕКА

2.1. Модернизм и фотография в 1910 - 1930-х гг

2.2. Фотография во Франции на рубеже веков

2.3. Америка начала ХХ в.: культурная политика и современное искусство

2.4. Начало формирования общества потребления и коммерческие требования, предъявляемые к искусству

Глава III. НЬЮ-ЙОРК 1910-1921. МАН РЭЙ ХУДОЖНИК И ФОТОГРАФ: ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ОПЫТЫ

3.1. Семантика имени

3.2. Образование

3.3. Ранние художественные практики. Риджфилд,

3.4. Ман Рэй и Альфред Стиглиц

3.5. Ньюйоркский дадаизм. Ман Рэй и Марсель Дюшан

3.6. Фотографический реди-мейд: первые опыты

3.7. Фотографические портреты — постижение мастерства

3.8. Первые выставки

3.9. Программные декларации

ГЛАВА IV. ПЕРВЫЙ ПАРИЖСКИЙ ПЕРИОД 1921-1940 гг

4.1. Фотография как материал искусства. Парижские эксперименты

4.1.1. Ман Рэй в Париже

4.1.2. Абстракция реального в фотографии модернизма

4.1.3. Рэйография — фотографический реди-мейд парижского периода

4.1.4. Практика безумства или от «автоматизма» к «автографизму»

4.1.5. Художественные проекты: «Восхитительные поля» (Les Champs délicieux, 1922), «Возвращение к разуму» (Le Retour à la Raison, 1923)

4.1.6. Соляризация — идеология и практики

4.2. Фотография как практика

4.2.1. Ман Рэй — парижский портретист

4.2.2. Ман Рэй и фотография моды

4.2.3. Реклама как произведение искусства: d'Électricité

4.2.4. Ман Рэй и сюрреалистические журналы

Фотография в модернистских периодических изданиях 1920-1930-х гг

Littérature

La Révolution Surréaliste

Minotaure

ГЛАВА V. ОТ ЭКСПЕРИМЕНТА К ХУДОЖЕСТВЕННОМУ БРЕНДУ

5.1. MAN RAY — бренд

5.2. От названия к индустрии

5.3. «Фотография — не искусство». Ман Рэй/Андре Бретон (1937)

5.4. Лингвистическая конструкция бренда MAN RAY

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ

1. Иллюстрации

2. Список произведений

ВВЕДЕНИЕ