

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»

На правах рукописи

**Кирган Даниэла Алексеевна**

**ХУДОЖЕСТВЕННО-ГРАФИЧЕСКОЕ  
ОФОРМЛЕНИЕ СОВЕТСКИХ ЖУРНАЛОВ МОД  
(1920–1990-е ГОДЫ)**

Специальность: 5.10.3. Виды искусства (техническая эстетика и дизайн)  
(искусствоведение)

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата искусствоведения

Научный руководитель:  
доктор искусствоведения,  
доцент Лаптев Владимир Владимирович

Санкт-Петербург – 2026

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>                                                                                                 | <b>3</b>   |
| <b>ГЛАВА 1. ЖУРНАЛ МОД КАК ОСОБЫЙ ОБЪЕКТ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА .....</b>                                               | <b>16</b>  |
| 1.1 Основные характеристики журнала мод и его место в периодике .....                                                 | 16         |
| 1.2 Функциональные особенности журнала мод .....                                                                      | 23         |
| 1.3 Типология журнала мод .....                                                                                       | 35         |
| <b>ГЛАВА 2. ЭВОЛЮЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННО-ГРАФИЧЕСКОГО ОБЛИКА СОВЕТСКОГО ЖУРНАЛА МОД .....</b>                               | <b>49</b>  |
| 2.1 Частно-кооперативные модные издания .....                                                                         | 49         |
| 2.2 Отраслевые журналы мод довоенного периода .....                                                                   | 55         |
| 2.3 Модные издания ведущих моделирующих организаций Советского Союза 1940–1980-х годов .....                          | 65         |
| 2.4 Модные журналы позднего СССР .....                                                                                | 79         |
| <b>ГЛАВА 3. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДИЗАЙНА СОВЕТСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ МОДНЫХ ИЗДАНИЙ .....</b>                              | <b>89</b>  |
| 3.1 Функциональное различие: коммерческая и рекламно-информационная природа зарубежных и советских журналов мод ..... | 89         |
| 3.2 Особенности работы советских иллюстраторов моды .....                                                             | 92         |
| 3.3 Стилеобразующие средства и художественные особенности дизайна журналов мод .....                                  | 104        |
| <b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>                                                                                               | <b>118</b> |
| <b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>                                                            | <b>123</b> |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ .....</b>                                                                                               | <b>135</b> |

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** На протяжении нескольких веков модные журналы связывали мир моды с обычными читателями. Они делали сразу несколько вещей: показывали новинки, задавали вкус, формировали нормы и отражали то, что происходило в обществе. Сейчас искусствоведы всё чаще смотрят на них как на сложный источник. По журналам можно изучать не только костюм, но и то, как менялся визуальный язык периодики. В них видны вкусы времени, возможности типографий, художественные предпочтения. Поэтому оформление журналов нужно разбирать комплексно – как часть советского дизайна и материальной культуры. Отдельно важен анализ национальной школы дизайна модных изданий на фоне мировых тенденций графики.

Тема советских модных журналов по-настоящему так и не раскрыта. Когда начинаешь смотреть, что уже написано, видишь странную картину: есть исследования по истории костюма, есть статьи про рекламу, а вот целостного искусствоведческого разбора нет. Никто не рассматривал журнал как единый объект, где форма и содержание неразрывны. Обычно авторы уходят в одну сторону – либо одежда, либо полиграфия. А связь визуального языка с культурной средой так и остаётся за скобками. Поэтому сейчас действительно нужна работа, которая соединила бы и формальные характеристики изданий, и их культурный смысл.

Почему эта тема важна? Потому что советский модный журнал – явление междисциплинарное. Его изучают искусствоведы, культурологи, социологи, семиотики, историки дизайна. Как объект графического дизайна он показывает эволюцию визуального языка. Для современных дизайнеров и художников это неиссякаемый источник идей: можно увидеть, как стили менялись вместе с обществом. Для историков моды и культуры журналы тоже ценный материал. Но у таких изданий двойственная природа, и её нужно учитывать. Их стоит рассматривать как сложные знаковые системы, где визуальный и текстовый ряды взаимодействуют и вместе создают смысл.

Модная периодика – это нечто большее, чем просто источник информации. Она занимает своё, особое место в материально-художественной культуре. Журналы влияли на вкусы и поведение людей, задавали нормы, формировали идеалы. Для искусствоведов такие материалы – настоящая находка. По сути, это визуальные слепки времени. В них видна не только смена силуэтов, но и то, как менялось мышление дизайнеров в широком культурном контексте. Каждое десятилетие оставляло на этих изданиях свой след. Это хорошо заметно при сравнении разных эпох: роскошные журналы модерна, агитационные выпуски 1920-х, послевоенная периодика, журналы застоя.

Журналы мод стоят особняком в культуре. Их функция не сводилась к новостям. Они активно формировали эстетику, влияли на поведение, диктовали, что красиво, а что нет. Для исследователей это уникальный материал: журнал как слепок эпохи. По нему можно изучать не только моду, но и то, как развивалось дизайнерское мышление. И всё это – в культурном контексте. Причём каждое десятилетие меняло лицо изданий. Взять хотя бы модерн с его роскошью, агитационные журналы 1920-х, послевоенные издания или прессу времён застоя – везде свой почерк.

Методологическая ценность настоящего исследования определяется тем, что в нём соединены инструменты разных дисциплин – искусствоведения, визуальной антропологии, социологии культуры. Это позволяет рассматривать модный журнал не как сумму отдельных элементов, а как целостную систему. Прежние работы, как правило, замыкались на частных аспектах: кто-то изучал костюм, кто-то – полиграфию. Общей картины не возникало. Здесь этот пробел закрывается. Сравнительно-исторический метод, кроме того, даёт возможность проследить, что в развитии модной графики разных стран было общим, а что – национально особенным.

Отечественные модные журналы интересны не только как источник для реконструкций. По ним видно, как выстраивалась визуальная коммуникация в моде, какие приёмы тогда работали. Часть этих решений вполне применима и сегодня. Особенно показательны советские издания 1920–1930-х годов. Они

соединили авангардное искусство и дизайн одежды. Не менее важен и позднесоветский период. Здесь сложно переплетались идеология, экономика и творчество художников. Все это и определяет практическую ценность работы – она не ограничивается академическими рамками.

Одна из причин, почему эта тема важна, – необходимость сохранить наследие советской школы дизайна модных изданий. Большая часть этих материалов до сих пор не введена в науку. Они не описаны, не каталогизированы, а многие просто исчезают. Комплексная работа нужна не только для того, чтобы зафиксировать то, что ещё осталось. Она также поможет разработать способы сохранить этот материал и сделать его доступным для исследователей и дизайнеров будущего.

Актуальность работы обусловлена и социально-культурными факторами. В современном обществе растет интерес к советскому визуальному наследию. «Советский стиль» сегодня активно переосмысливается в искусстве, дизайне, массовой культуре. В связи с этим научный анализ эстетики советских модных журналов становится особенно актуальным: он помогает отделить реальные факты от мифов и определить подлинную художественную ценность этого материала.

Таким образом, актуальность исследования определяется: потребностью в комплексном искусствоведческом изучении модных журналов как многослойного культурного явления; важностью изучения эволюции визуального языка в исторической динамике; потребностью в систематизации богатейшего исторического опыта визуальной репрезентации моды; возможностью творческого переосмысления исторических образцов в современной дизайнерской практике; недостаточной изученностью уникального опыта советских модных изданий.

Важность работы возрастает и в связи с необходимостью выработки междисциплинарной методологии, позволяющей объединить достижения разных гуманитарных дисциплин и представить развитие отечественного дизайна модных изданий как часть мирового художественного процесса. Проведение такого исследования будет способствовать не только восполнению существующих лакун в истории отечественного дизайна, но и актуализации исторического опыта для решения современных художественных задач.

**Степень разработанности темы исследования.** Значимость и востребованность графического представления моды заставляет обратиться к анализу эволюции печатного издания, его художественно-графического оформления и модной иллюстрации, рассмотреть тенденции формы подачи материала, композиционное построение и цветографическое решение. Для ретроспективного анализа темы необходимо обратиться к научным источникам, к работам отечественных и зарубежных исследователей не только модной иллюстрации и приёмов коммуникации, но и к фундаментальным трудам по искусствознанию: Вишера Б. Р. [24], Кагана М. С. [41], Лосева А. Ф. [64], Знамеровской Т. П. [40], Рескина Дж. [85]. Такой подход позволяет рассматривать развитие модной графики в контексте общих тенденций визуальной культуры.

Методологическую базу работы составляют труды отечественных и зарубежных исследователей, охватывающие различные аспекты дизайна и визуальной культуры. В области теории и истории дизайна значимы работы Аронова В. Р. [6], Сидоренко В. Ф. [90], Лаврентьева А. Н. [59], Михайлова С. М. [72] и других авторов, раскрывающие принципы формообразования и эволюцию проектной культуры. Философские и эстетические аспекты рассмотрены в исследованиях Борева Ю. Б. [17], Кантора К. М. [43], Лола Г. Н. [63], Столович Л. Н. [94], анализирующих дизайн в контексте художественной культуры. Семиотический подход представлен в трудах Лотмана Ю. М. [65], Безмоздина Л. Н. [13], Жердева Е. В. [36], исследующих знаковые системы и коммуникативные функции дизайна. Этот комплексный теоретический фундамент позволяет изучать развитие модной иллюстрации как часть общей эволюции визуального языка, учитывая его художественные, культурологические и семиотические аспекты.

Советские модные журналы как феномен графического дизайна требуют особой периодизации, отличной от подходов к коммуникативному и предметному дизайну. В отечественном искусствознании они остаются малоизученными из-за своей сложной природы, объединяющей графический дизайн и моду. Это требует междисциплинарного подхода. Теоретическую базу исследования составляют труды, рассматривающие моду как культурный феномен в диалоге с искусством. В

этом контексте особую ценность представляют: фундаментальные труды зарубежных исследователей (Барт Р., Мартин Р. [121], Мюллер Ф. [123], Стил В. [126] и др.), современные отечественные исследования (Кузнецова М. М. [57], Блиничева В. А. [14], Черняк Е. А. [102]), новейшие работы в области дизайна и моды (Ванькович С. М. [19] и др.). Такой комплексный подход позволяет преодолеть традиционную фрагментарность в изучении модных изданий и создать целостную теоретическую модель их всестороннего анализа.

В работах ведущих специалистов по истории российской журнальной графики и журналистики (Адарюкова В. Я. [1], Алексеевой М. А. [2], Алексеевой Т. В. [3], Голлербаха Э. Ф. [28] и др.) присутствуют лишь краткие упоминания о существовании модных изданий в России. Однако вопросы их художественного оформления и визуальной составляющей практически не становятся предметом специального исследования.

Курбатова А. К. [58] в своих исследованиях сосредоточилась на изучении дореволюционных петербургских журналов мод. В ее работах представлен энциклопедический анализ специализированных модных изданий, выходивших в столице в XIX – начале XX веков. Центральное место в исследовании занял анализ иллюстраций как основного элемента журналов.

Эволюция модной иллюстрации на протяжении нескольких столетий привлекала внимание многих исследователей. Среди зарубежных авторов, внесших весомый вклад в эту область, – Блекмен К. [15], Блум С. [16] и Шмидт К. [103]. В работах Ревлинга Е. Х. [86], Робинсона Дж. [87] и Пейера В. [84] прослеживаются основные изменения визуального языка моды. Современный этап развития направления рассматривается в трудах МакКена К. [69], Анджилетти Н. [4] и Олива А. [80]. Взаимосвязь модной иллюстрации с культурным контекстом раскрывается в исследованиях Гинсбурга М. [27], Люсьера С. [68] и Баруэта Дж. [12]. Актуальные тенденции и дальнейшие перспективы жанра анализируются в работах Парселла К. В. [83], Овена В. [81], Ланда Дж. К. [60], Уотсон Л. [97], Фогг М. [99] и Армстронг Л. [5].

Вопросы стилеобразования в период становления моды и первых модных журналов рассматриваются в фундаментальных трудах ведущих специалистов. Историко-культурные аспекты формирования модных тенденций анализируются в работах Власова В. Г. [25] и Маньковской Н. Б. [70]. Взаимосвязь моды с художественными течениями раскрывается в исследованиях Терни Т. [127], Арнасона Г. [106] и Батлера К. [110]. Проблематике визуальной репрезентации моды посвящены работы Хёртни Э. [117], Леви Э. [119] и Перри Дж. [125]. Современные интерпретации представлены в публикациях Фресчина Ф. [113], Харрисона А. [115] и Гантефаер-Триера А. [114]. Новаторские подходы к осмыслению моды как культурного феномена предлагают Джослит Д. [118], Бейкер Дж. [108] и Хопкинс Д. [116]. Специфика модной иллюстрации и её эволюция анализируются в работах Витфилда С. [128], Мартина Р. [121], Бадо Ф. [107], Олаена Дж. [124] и Люсьера С. [120].

В ходе системного обзора научной литературы по теме удалось выделить основных авторов, изучающих модную периодику, и одновременно обозначить как уже исследованные, так и пока недостаточно разработанные аспекты. Так, Архипова Н. А. [8] занимается анализом художественно-графического языка модной иллюстрации; совместно с Авдеевой А. А. [10] она рассматривает типографические решения в журнальной продукции. Наговицына Т. В. [76] и Елсукова С. О. [35] сосредоточены на специфике оформления обложек модных изданий. Подобный обзор создаёт базу для дальнейшей работы и помогает увидеть, какие вопросы ещё остаются открытыми.

Отдельный блок источников составляют работы по истории костюма и развитию модной индустрии. В них рассматривается, как модные тенденции, производственные технологии и художественные стили влияли на оформление модных журналов. К числу наиболее значимых трудов относится четырёхтомное исследование Мерцаловой М. Н. [71] «Костюм разных времен и народов», в котором прослеживается эволюция одежды от античности до XIX века. Не менее важна работа Васильева А. А. [18] «Красота в изгнании», посвящённая роли русских эмигрантов в мировой моде через деятельность домов моды и творчество

модельеров. Эти издания предоставляют ценный материал для анализа историко-культурного контекста формирования визуального языка модных изданий.

В исследовании использовались не только литературные источники, но и архивные материалы, а также оригинальные журналы из собраний Информационного центра моды СПбГУПТД и Российской национальной библиотеки.

Современный дизайн костюма немыслим без цифровых технологий, ставших неотъемлемым компонентом производства одежды. Инновационный подход основан на интеграции передовых цифровых методов в процессы проектирования и изготовления моделей, что существенно повышает точность конструирования и качество моделирования. В данной работе рассматривается метод цифровой реконструкции исторического костюма по изобразительным источникам (графика, живопись) и анализируются перспективы его применения в отечественной модной индустрии. Поэтому в исследовании был проведен анализ отечественных научных работ, посвященных цифровому проектированию одежды. Это позволило выявить ключевые методологические подходы к изучению данной проблематики и их практическое применение.

В частности, в статье «Вопросы цифровизации в дизайне костюма» Грекова А. Р. [30] исследует особенности IT-технологий в модной индустрии через анализ современного рынка специализированного ПО для проектирования и производства одежды. В работе Москвина А. Ю. и Кузьмичева В. Е. [74] «Виртуальная и материальная реконструкция костюмов, представленных на русских лубочных картинках» представлены результаты апробации метода виртуальной и материальной реконструкции исторического костюма по русским лубкам. В исследовании Москвина А. Ю. [75] «Цифровые двойники текстильных материалов костюмов для визуализации исторических костюмов» рассматривается методика создания цифровых двойников тканей для визуализации исторических костюмов в процессе реконструкции. Гусева М. А. в публикации [32] «Параметризация цифровой антропометрической информации для 3D-проектирования швейных изделий» описывает извлечение антропометрических данных с 3D-моделей фигур

для параметрического проектирования одежды. Отдельного внимания заслуживает статья Саиди Д. Р. [89] «Моделирование конструкции одежды по технологии 3D», в которой анализируется взаимосвязь 2D и 3D-моделирования одежды с использованием AutoCAD и Marvelous Designer при разработке лекал.

К изучению истории дизайна модных журналов обращаются как зарубежные (Бест К. Н. [109]; Моррин Д. [122]), так и отечественные исследователи (Суровенко Н. А. [96]; Щеглова Т. М., Ноздрачева Т. М., Диева О. Н. [104]). Интерес к этой теме объясняется тем, что обращение к культурному наследию остаётся важным в современных подходах к проектированию подобных изданий. Однако большинство работ рассматривают модные журналы главным образом через костюм, иллюстрацию или фотографию (Ванькович С. М., Сережкина Д. С. [20]; Рук П. [88]). В отличие от них, данное исследование сосредоточено на самих журналах мод как на особом типе иллюстрированных изданий и анализирует их видовое разнообразие и художественное оформление.

В современной науке изучение модной журналистики ведётся по нескольким направлениям. Ряд работ охватывает историческую эволюцию изданий (Камминг В. [112]; Клинова М. А. [56]), другие сосредоточены на визуальном языке и жанровых особенностях (Ченг Л., Тандос [111]). Значительное внимание уделяется историческим образцам дизайна модной периодики – они рассматриваются в связи с иллюстрацией (Архипова Н. А. [8]; Каск А. Н. [44]), авторской графикой (Котляревская Н. В., Красовская Н. И. [129]; Арутчева Д. Д. [9]) и фотографией (Новикова Я. А. [79]). Разрабатываются и типологические подходы: например, немецкие издания XIX века классифицируют на журналы мод и рукоделия, классическую и развлекательную периодику – эта система действует и сегодня (Нестерова М. А. [78]).

Модной иллюстрации и периодике посвящено достаточно много трудов – они и составили базу данной работы. Однако сами отечественные модные журналы изучены слабо. Имеющиеся исследования освещают тему лишь частично и не создают полноценной картины явления. Системных работ по советскому периоду отечественных модных изданий практически нет, и это серьёзный пробел в

современной науке.

**Цель исследования** – определение особенностей художественно-проектного оформления советского журнала мод как особого объекта графического дизайна с присущими ему историей, эволюцией, графическими приемами и стилистикой художественных образов.

Для реализации поставленной цели в исследовании решаются следующие **ключевые задачи:**

1) характеристика журнала мод как уникального объекта графического дизайна, обладающего значительной социокультурной и искусствоведческой ценностью, на основе теоретико-методологической базы посредством структурного анализа фундаментальных категорий искусствознания;

2) периодизация истории советского журнала мод через призму его стилистических изменений в контексте проектно-художественной деятельности, с выделением характерных этапов – от первоначального формирования до расцвета художественно-графических решений в их типологическом разнообразии;

3) сравнительный анализ дизайна отечественных печатных изданий с зарубежными аналогами, направленный на выявление взаимосвязей с европейской дизайнерской традицией и определения вклада в мировую художественно-проектную культуру XX столетия.

**Объектом** настоящего исследования является советский журнал мод как социокультурный компонент материально-художественной культуры.

**Предметом** исследования являются художественно-графические приемы в дизайне советских журналов мод.

**Хронологические границы** исследования охватывают период становления, формирования и развития советских журналов мод в 1920–1990-х годах.

**Географические границы** исследования включают в себя Советский Союз и страны, в которых издавались наиболее известные журналы мод. Речь идет о Франции, США и Германии.

**Методология отбора и систематизации материала** определяется исследовательскими задачами. Первую группу составляют теоретико-

литературные источники: исследования по истории и теории искусства, дизайна и культуры; работы по модной периодике; труды по искусствоведению, культурологии; альбомные публикации. Вторую группу образуют визуально-графические источники – отечественные и зарубежные модные журналы, печатные издания с репрезентацией костюма. Комплексный подход обеспечивает репрезентативность источниковой базы для всестороннего анализа.

**Научная новизна исследования** заключается в том, что впервые:

1) теоретически выявлены необходимые и достаточные условия, чтобы журнал мод считался особым объектом графического дизайна, обладающим социокультурной и искусствоведческой ценностью, на основании структурного анализа ключевых категорий искусствознания;

2) определены основные этапы художественно-графического оформления советского журнала мод 1920–1990-х годов при его комплексном многоаспектном исследовании;

3) проведен сравнительный анализ дизайна советских и зарубежных модных изданий, на основании чего определены художественные и проектные особенности отечественного дизайна печатных изданий по сравнению с зарубежными аналогами.

**Теоретическая и практическая значимость исследования.** Научная значимость работы заключается во вкладе в изучение советского дизайна в контексте глобальных тенденций, с акцентом на преемственность дореволюционных традиций и развитие отечественного дизайна 1920–1930-х годов. В научный оборот впервые введен обширный пласт архивных материалов, включая уникальные иллюстративные и текстовые источники отечественных и зарубежных модных изданий.

Исследование восполняет существующий пробел в области истории дизайна и искусствознания, связанный с недостаточной изученностью темы дизайна модных изданий в отечественном искусствоведении. Междисциплинарная методология обеспечивает ценность работы для специалистов в области истории и теории искусства, технической эстетики, культурологии, а также для проектно-

художественной практики и дизайн-образования.

**Методология исследования** основана на системном подходе, позволяющем рассматривать модный журнал как многогранное явление на стыке дизайна, графического искусства и массовой культуры – не только как продукт издательской деятельности, но и как культурный феномен, отражающий эстетические и идеологические тенденции эпохи.

Методический инструментарий включает:

- проблемно-исторический анализ – для формирования концептуальных основ исследования и выявления ключевых вопросов эволюции советских модных журналов;
- сравнительно-исторический метод – для прослеживания динамики развития визуального языка в сопоставлении с общими тенденциями графического дизайна и искусства XX века;
- сравнительно-типологический анализ – для выявления общих и специфических элементов в журналах мод с целью их классификации;
- стилистический анализ – для детального изучения художественных особенностей: композиции, типографики, иллюстративных техник, цветовых решений;
- формально-художественный анализ – для исследования внутренних закономерностей визуального ряда: ритма, пластики, фактуры графических элементов, соотношения фигуры и фона, принципов организации целостного пространства полосы и разворота.

Комплексное применение указанных методов в рамках системного подхода обеспечило многоаспектное рассмотрение темы, позволив провести детальный анализ визуального языка, художественных особенностей и стилистической эволюции советских модных журналов в контексте графического дизайна и культуры XX века.

**Соответствие диссертации Паспорту научной специальности.**

Диссертация соответствует пунктам Паспорта научной специальности:  
5.10.3. Виды искусства (техническая эстетика и дизайн) искусствоведение ВАК

Минобрнауки России: 53. Общая теория и история дизайна; 54. Дизайн в системе культуры; 56. Социокультурные проблемы дизайна; 58. Коммуникативные аспекты дизайна; 66. Семиотические проблемы дизайна.

### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Журнал мод, занимая обособленное место в периодике, является особым объектом графического дизайна на основании оригинальных функциональных способностей, особенной типологии, собственного графического языка и стилеобразования.

2. Основные этапы эволюции художественно-графического облика в рамках стилистических изменений советского журнала мод соответствуют основным тенденциям развития текстильной промышленности в ракурсе отечественной индустрии моды: частно-кооперативные модные издания (1920-е годы), отраслевые журналы мод довоенного периода (1930–1940-е годы), модные издания ведущих моделирующих организаций Советского Союза (1940–1980-е годы), универсальные модные журналы (середина 1980-х – начало 1990-х годов).

3. Советские модные журналы строились на иных основаниях, чем западные. Для зарубежных изданий главной целью была прибыль, и потому они подчинялись рынку. Отечественные же выполняли государственный заказ: демонстрировали работу Домов мод и пропагандировали модели, уже утверждённые промышленностью. Это различие определяло и характер оформления. Международные тенденции не переносились на советскую почву механически: их перерабатывали, пропуская через местную эстетику и сохраняя самобытность. Так сформировался особый визуальный язык, который в истории графического дизайна периодики занимает отдельное место.

**Достоверность результатов и обоснованность научных положений,** представленных в работе, обосновывается тем, что исследование носило комплексный характер. Автор изучил большой объём источников: это и опубликованные, и архивные материалы, и произведения изобразительного искусства, и подшивки журналов из государственных собраний. Методика опиралась на современные искусствоведческие подходы, разработанные ведущими

российскими и зарубежными учёными в области теории искусства, культурологии, истории костюма и дизайна. Такой подход и обеспечивает достоверность полученных результатов.

**Апробация результатов исследования.** На основе диссертационного исследования опубликовано десять научных статей, четыре из которых – в изданиях из Перечня ВАК РФ. Результаты были представлены в пяти докладах на международных научно-практических конференциях «Дизайн и художественное творчество: теория, методика и практика» (Санкт-Петербург, СПбГУПТД, 2022), «Графический дизайн: традиции и инновации» (Санкт-Петербург, СПбГУПТД, 2024) и всероссийских научных конференциях «Инновации молодежной науки» (Санкт-Петербург, СПбГУПТД, 2022–2024).

**Структура и объем исследования** определены его целью и задачами: диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 130 наименований на русском и английском языках, списка иллюстраций – 78 наименований рисунков. Основной текст диссертации изложен на 122 страницах, общий объем работы составляет 171 страницу.

## **ГЛАВА 1. ЖУРНАЛ МОД КАК ОСОБЫЙ ОБЪЕКТ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА**

### **1.1 Основные характеристики журнала мод и его место в периодике**

Для определения места журналов мод в периодике рассмотрим основные типологические концепции теории журналистики. В рамках исследования мы рассмотрим содержательные и профильные особенности модных журналов, уделяя особое внимание их художественному уровню и техническому исполнению. С помощью проведенного исторического анализа можно проследить ключевые этапы развития периодики, обозначив особое место отечественных модных изданий, начиная с конца XVIII по начало XX века [47].

Помимо того, что мода является отражением общества, его предпочтений, она также формирует основные стилевые тенденции. Специализированные журналы мод распространяли данные тенденции в обществе с помощью гравюр, позже иллюстраций, представляя собой эффективный инструмент визуальной коммуникации. Если проследить историю развития, то модная периодика формировалась как отдельные разделы в рамках других изданий, после чего оформилась как самостоятельные специализированные журналы. Временные рамки данного процесса коррелируются в зависимости от страны: в Европе этот процесс начался в XVII веке, в России лишь в конце XVIII века в связи с появлением частных типографий. Стоит отметить, что до 1850 года отечественная модная периодика выпускалась в Москве небольшими тиражами, после чего выпуск переместился в Санкт-Петербург, ознаменовав новый этап в развитии журналов мод.

История развития отечественной модной периодики состоит из трех основных этапов. Первый этап (1779 г. – середина XIX века) является основополагающим, так как заложил основы формирования типологических особенностей журналов мод. Так, в этот период происходит формирование журнальной культуры с последующим тематическим разделением отечественной

периодики: появляются литературные, музыкальные, театральные и детские издания. Отдельно стоит отметить специализированный модный журнал «Модное ежемесячное издание, или Библиотека для дамского туалета» (1779–1780), который выпускался в Санкт-Петербурге под редакцией Новикова Н. И. Став важным этапом в истории развития отечественной периодики, издание заложила традиции модного журнала как особого культурного феномена (рис. 1). Это издание, несмотря на название, относящееся к моде, представляло собой литературный сборник, где публиковались преимущественно любовные романы для женской аудитории. Отличительной чертой журнала стали сатирические гравюры, которые в каждом номере высмеивали ветреных светских дам. Как отмечал сам издатель, главной целью проекта было доставить прекрасному полу в свободные часы приятное чтение – формулировка, точно отражавшая просветительские амбиции Новикова Н. И. Хотя журнал просуществовал недолго, он стал важной вехой в становлении периодики в России.

Формирование содержания и направленности прессы XVIII–XIX веков определялось прежде всего социально-культурными факторами, в особенности сложившимся в обществе представлением о предназначении и статусе женщины. Как отмечает Ключевский В. О., доминирующим идеалом стала «великосветская дама» – образованная (преимущественно благодаря иностранным гувернерам), владеющая несколькими языками, безупречно соблюдающая этикет, следящая за модой и полностью посвящающая себя семейным обязанностям. Именно этот социально одобряемый образ, транслировавшийся через литературу и периодические издания, лег в основу концепции модных журналов, которые стали эффективным инструментом воспитания читательниц в соответствии с принятыми нормами, развития их образовательного уровня и ограниченного творческого потенциала.

В конце XVIII – первой половине XIX века модные журналы делились на два типа. Одни были литературными – в них печатали прозу, стихи, светские новости. К ним относятся «Модное ежемесячное издание» Новикова (1779), «Журнал для милых» (1804), «Кабинет Аспазии» (1815), «Дамский журнал» (1823–1883) и

«Лучи» (1850–1860). Часть журналов носила чисто практический характер. В них печатали советы по домоводству, рукоделию, объясняли, как вести хозяйство. Например, «Магазин английских, французских и немецких новых мод» выходил с 1791 года. Чуть позже появились «Модный вестник» (1816), «Ваза» (1831–1884) и «Гирлянда» (1846–1860). Уже сам факт такого разделения говорит о том, что читательницы ждали от журналов разного, и со временем их ожидания менялись.

Поначалу литературные журналы развлекали. Но постепенно их наполнение изменилось: упор сместился на просвещение. Причина – обществу нужны были образованные женщины. Журналы из простого досуга превратились в средство развития. Через печатные материалы редакции воздействовали на мировоззрение читательниц, продвигали собственные взгляды. При этом аудитория оставалась ограниченной: не каждая женщина имела достаточное образование для понимания философских и исторических текстов. Поэтому чтение таких изданий воспринималось как показатель интеллектуального уровня.

Были и журналы, где мода соседствовала с домоводством, рукоделием и литературой. Такой формат вполне устраивал читательниц XIX века: женщина тогда мыслилась прежде всего как хозяйка, жена, мать. Поэтому в каждом номере печатались советы – как вести хозяйство, следить за собой, создавать в доме уют. Печатались и кулинарные рецепты, и выкройки, и инструкции по шитью. Именно такая тематика соответствовала интересам аудитории, и это обеспечивало журналам широкое распространение и неизменную популярность.

Главная особенность модных журналов того времени заключалась в том, что их содержание было целиком ориентировано на женскую аудиторию. В них сочетались и личные переживания, и бытовые рекомендации, и художественная литература. У каждого из выделенных типов была своя рубрикационная структура. В литературных журналах традиционно публиковали прозу, поэзию и научно-популярные статьи. В комплексных изданиях разделы соответствовали названиям: мода, рукоделие, домоводство и литература. Такое разделение стало фундаментом для формирования типологии модной периодики, учитывающей разнообразие читательских интересов.

Второй этап развития модной периодики пришёлся на вторую половину XIX – начало XX века и был связан с серьёзными общественными сдвигами. В этот период модные журналы трансформировались из сугубо литературных в литературно-общественные. Их основной задачей стала пропаганда женского образования и феминистских идей. Это хорошо заметно на примере журналов «Рассвет» (1859–1862), «Женский вестник» (1866–1868) и «Друг женщины» (1882–1884). Со временем в журналах сложился новый женский образ. Вместо светской дамы – образованная и общественно активная. Переход был постепенным. Развлечения отходили на второй план, а на первый выходили социальные вопросы, которые волновали новую аудиторию.

Если сравнить несколько литературно-общественных журналов, видно, как менялись их задачи. «Рассвет» (1859–1862) ещё оставался просветительским: словесность, история, естественные науки, педагогика. «Женский вестник» (1866–1868) уже не столько образовывал, сколько информировал и анализировал – вырос интерес к социальным темам. «Друг женщины» (1882–1884) добавил новые рубрики, посвящённые письмам читателей и воспитанию детей. Таким образом, журнал из просветительского становился социально ориентированным.

В 1894 году в модной периодике появился новый тип издания – педагогический журнал «На помощь матерям», который выходил до 1904 года. Этот педагогический журнал отличался узкой специализацией и отражал следующие основные направления. С одной стороны, затрагивал вопросы семейной педагогики в рамках домашнего воспитания. С другой стороны, освещал основные идеи феминистического движения в обществе. Так журнал объединял традиционный образ женщины-матери с прогрессивными идеями равноправия, отражая противоречивый дух времени.

Вторая половина XIX века принесла изменения и в практические журналы. Возьмём, к примеру, «Русскую хозяйку», «Модный магазин», «Русский базар», «Новый русский базар», «Модный свет». Все они выходили в 1860–1880-х годах. И у всех постепенно менялось содержание. Появились новые разделы – например, светская хроника. Раньше её не было. А в литературной части произошёл сдвиг:

вместо лёгкого чтения стали печатать статьи о жизни общества, о женском образовании, о том, как женщина может работать и быть полезной. Это были уже не просто рассказы для отдыха, а материалы, которые заставляли задуматься. Эта содержательная метаморфоза демонстрирует, как традиционные «журналы для хозяек» постепенно адаптировались к новым запросам эпохи, сохраняя при этом свою основную тематическую направленность [92].

На рубеже XIX–XX веков Санкт-Петербург стал центром модной журналистики. Здесь выходило до 12 специализированных журналов мод и несколько модных приложений к семейным изданиям – всё это в 1898–1903 годах. Расцвет модной прессы был вызван несколькими причинами. В 1870–1890-х годах быстро росла издательская индустрия. После реформ Александра II сформировался средний класс, и у журналов появилась массовая аудитория. Цензура тоже смягчилась: в 1865 году приняли «Временные правила о печати», а в 1867–1869 годах для многих периодических изданий отменили предварительную цензуру. Что касается содержания, то российские журналы в основном пересказывали западные модные тренды. Они переводили материалы из парижских, лондонских и венских журналов. Благодаря этому европейская мода проникала в Россию – эти журналы были важным каналом [96].

Так, в период с 1851 по 1861 год в Санкт-Петербурге выходил журнал «Мода» под редакцией издательницы Утиловой Н. (рис. 2). Это издание, носившее подзаголовок «Журнал для светских людей», комплексно освещало вопросы моды, искусства и прикладного рукоделия. Отличительной особенностью журнала стали практические приложения к каждому номеру, содержавшие готовые выкройки и схемы для вышивания. Издание выделялось высоким качеством полиграфического исполнения и богатым иллюстративным материалом, что делало его особенно популярным среди читательской аудитории, сочетая эстетическую привлекательность с практической полезностью.

Одним из наиболее долговечных модных изданий Санкт-Петербурга стал журнал «Модный магазин» (рис. 3), основанный Мэй С. Г. в 1862 году. На протяжении своей истории издание претерпело несколько трансформаций: с 1883

по 1915 год оно утратило самостоятельность, войдя в состав объединённых журналов «Модный свет и модный магазин» и «Модный курьер, модный свет и модный магазин». Характерной особенностью публикаций оставалось сочетание литературного содержания с модными материалами, представленными в виде цветных иллюстраций, демонстрирующих актуальные наряды и сопутствующие аксессуары.

В период с 1869 по 1898 год в Санкт-Петербурге выходил иллюстрированный модный журнал «Новый русский базар», который издавался под руководством Генкеля В. Е. (рис. 4). Журнал характеризовался наличием структуры, состоящей из трех основных частей. Так, литературный выпуск выходил совместно с двумя специализированными приложениями, в которых описывались модные тенденции и советы по рукоделию. Несмотря на это со временем ухудшилось качество журнала, в котором стала размещаться переводная развлекательная литература совместно с кулинарными рецептами и медицинскими рекомендациями. Можно отметить обилие иллюстративного материала в журнале, который постепенно стал доминировать над текстовыми материалами.

В дореволюционной модной периодике особое место занимает «Вестник моды, хозяйства и литературы» (рис. 5). Журнал издавался с 1885 по 1918 год под редакцией Аловерта Н. П., одного из крупнейших отечественных издателей. Вместе с этим Аловерт выпускал с 1887 года специализированное издание «Вестник моды для модисток», в котором портретные иллюстрации дамских головных уборов являлись главным элементом художественного оформления (рис. 6). С 1899 по 1916 год издатель выпускал журнал «Модный курьер», который выходил в пяти вариантах с практическими приложениями с руководствами по шитью, рукоделию, домоводству и кулинарии (рис. 7). С 1906 года к нему присоединились такие журналы, как «Модный свет», «Модный магазин» и «Новый русский базар», образовав единую издательскую серию.

В период 1900–1918 годов модные периодические издания представляли собой два основных направления – массовое и политическое. Известные литературно-общественные журналы отражали фундаментальные изменения,

которые происходили в обществе в этот период: активное развитие капитализма, технологическую модернизацию, расширение образовательных возможностей для женщин и коммерциализацию медиарынка. На страницах этих изданий соединились руководство по домоводству с развлекательным материалом, формируя новый социальный образ женщины-гражданки. Эти изменения имели важное значение в рамках нарастающих политических изменений в стране.

В начале XX века массовые журналы имели много разделов, которые соответствовали интересам читательниц, отражая их мировоззрение. Такие разделы были посвящены литературе, моде, домоводству и рукоделию, а также имелся блок тематических рубрик. Материал для данных рубрик тщательно подбирался редакцией, учитывая разные сферы жизни женщины – от социальных вопросов и семейных отношений до культурного просвещения, педагогических советов и религиозного воспитания. Подобное тематическое наполнение модного журнала с одной стороны закрывало потребности целевой аудитории, с другой стороны формировало образ современной женщины.

На рубеже 1900–1910-х годов сформировался новый тип печатной периодики – общественно-политические издания. В него входили такие журналы, как «Женский вестник» (1904–1917), «Союз женщин» (1907–1909), «Работница» (с 1914 г.). Появлению небольшой группы изданий способствовали социальные изменения в обществе, связанные с растущим участием женщин в общественно-политической жизни страны. Помимо рассмотрения подобных изменений, эти журналы формировали новый образ социально активной женщины.

Большие социальные изменения в XX веке оказали влияние на возникновение общественно-политических журналов. К таким изменениям относится нарастание политического кризиса в стране, формирование новых социальных групп: женской интеллигенции и промышленных работниц, а также идеология женского движения. В результате сложились две основные группы журналов – феминистские «Женский вестник», «Союз женщин» и пролетарские «Работница», каждая из которых обслуживала узкий сегмент политически активных женщин. Главная задача, которая стояла перед этими журналами,

заклучалась в разработке идеологических концепций, формировании политических программ и ведении агитационной деятельности в предреволюционный период.

В начале XX века появились такие массовые журналы мод и домоводства, как «Ворт» (1905–1913), «Домашняя портниха» (1906–1908) и «Парижанка» (1908–1910). Благодаря техническому прогрессу в полиграфии регулярно публиковались цветные иллюстрации в данных изданиях. Одной из характерных особенностей этого периода стало расширение тематического спектра специализированных изданий, о чем свидетельствует появление узконаправленных журналов вроде «Белье и вышивки» (1909–1916). Журналы соединили практичность и эстетичность, что позволило им стать важной частью повседневной культуры женщин предреволюционного периода.

Таким образом, можно выделить три этапа развития отечественной прессы до 1917 года: сначала складывались основные типы – литературные, по домоводству, модные; позднее, когда активизировалось женское движение и произошли социальные перемены, журналы стали литературно-общественными; а в начале XX века произошло окончательное разделение: с одной стороны – массовые издания (моды, домоводство), с другой – специализированные. В этом легко заметить, как журналы откликались на то, что происходило в обществе. В России конца XVIII – начала XX века модные журналы были чем-то большим, чем просто периодика. Они очень точно отражали всё, что происходило в культуре и обществе. К 1918 году они сформировались в качестве издания для массового читателя. Анализ показывает, что модные журналы – ценный исторический источник. В этих журналах отразилось многое: смена модных тенденций, эволюция вкусов, развитие полиграфии.

## **1.2 Функциональные особенности журнала мод**

Журнал мод, являясь особым объектом графического дизайна, имеет собственные функциональные особенности. Подобные периодические издания

позволяют провести всестороннее исследование эволюции костюма и развития модной индустрии. На основе визуального материала журналов мод исследователи могут проводить комплексный анализ, применяя три основных методологических подхода. При историческом методе исследуются особенности исторического периода, во время которого выпускалось периодическое издание. Историографический метод анализирует существующие исследования в данной области. Формально-стилистический метод позволяет рассмотреть особенности художественного оформления журнала, определить его визуальные характеристики. Отдельно стоит рассмотреть модные иллюстрации, представляющие собой особую ценность для исследователей. Рассмотрим функции журнала мод подробнее.

В конце XIX – начале XX века текстильная промышленность быстро росла. В Европе, Америке и России начали открываться первые Дома моды. Это время стало переломным для модной иллюстрации. Журналы мод постепенно превращались в рекламные площадки. Иллюстрация перестала быть простым схематичным рисунком одежды. Она стала самостоятельным художественным произведением, которое передавало не только детали костюма, но и атмосферу исторического периода.

По подшивкам журналов мод можно проследить, как костюм реагировал на перемены в обществе. В конце XIX века преобладали изысканные акварельные работы, а уже в 1920-е годы – смелые авангардные композиции. Такая перемена свидетельствует не только о смене стилистики, но и о новом отношении к моде. Кстати, отечественные журналы XX века заслуживают отдельного упоминания: они перенимали европейские тенденции, но перерабатывали их с учётом национальных особенностей. В итоге возникал совершенно уникальный визуальный язык.

Модная иллюстрация – это отдельное искусство. Она не просто показывает костюм, а сама по себе имеет художественную ценность. В разные периоды художники использовали разные приёмы: композицию, цвет, технику. Где-то это была литография, где-то – смелый фотомонтаж. Если провести формальный анализ

журналов мод, становится очевидно: перед нами не просто каталоги одежды, а своего рода визуальная история искусства.

Историографический подход даёт любопытную картину: национальные модные традиции не возникали в изоляции. Шёл постоянный культурный обмен, и параллельно совершенствовались текстильная и полиграфическая промышленность. Всё это влияло на то, как местные дизайнеры переделывали мировые тренды под свои реалии. Например, в одной стране могли повторить фасон, но использовать другую ткань, потому что своя была дешевле.

На страницах журнала отражена история бренда: его появление, развитие, связь с культурной жизнью. В качестве примера можно привести исследование Модного дома Лилии Киселенко, основанное на ретроспективном анализе публикаций в модных изданиях [54] (рис. 8–14).

Таким образом, журналы моды можно считать важным историческим источником. По таким изданиям можно изучать не одну только историю костюма. Художественные эксперименты, технический прогресс – всё это там есть. Но, пожалуй, важнее всего другое: как на всё это откликалось общество. В них видны и общие мировые тенденции, и локальные особенности. И сегодня эти журналы не потеряли своей ценности. Для дизайнеров, историков моды, культурологов – эти журналы по-прежнему остаются в числе главных рабочих материалов.

Чтобы понять, как журналы мод работали в качестве визуальной коммуникации, стоит посмотреть на их историю. Всё начиналось с гравюр XVI века – тогда костюмы изображали довольно условно, схематично. Сегодняшние цифровые технологии позволяют обрабатывать фотоизображения почти без ограничений, и это совершенно другой уровень. Менялись не только рисунки и фотографии, но и смысл того, что и как сообщалось о моде. Печатная графика, фотография, цифра – каждый новый этап по-своему перестраивал диалог между теми, кто создавал моду, и теми, для кого она предназначалась.

Европейская модная иллюстрация берёт начало в XVI веке – именно тогда появились гравюры с костюмами. Их выполняли в двух техниках: углублённой (офорт, резцовая гравюра) и выпуклой (ксилография). Особое место здесь занимает

парижское издание 1562 года – первый в истории альбом костюмных гравюр. Это была настоящая веха. Позже, в 1590 году, вышел труд Вечеллио Ч. «*Degli habitì antichi et moderni di diverse parti del mondo*». В нём собрали 420 гравюр с костюмами Европы, Турции и Востока. А в дополненном издании 1598 года добавили одежду народов Африки, Азии и Нового Света. Так книга превратилась в энциклопедию мирового костюма того времени. В XVI веке также были популярны издания, посвящённые моделям шляп, хотя это скорее тематические книги, а не журналы в привычном смысле.

В середине XVII века Вацлав Х. сделал изображения костюмов более точными: он показывал их с разных ракурсов для английских изданий. К 1672 году во Франции появился первый журнал мод – «*Le Mercure galant*» (позже, с 1678 года, «*Le Nouveau Mercure galant*»). Иллюстрации там были в стиле барокко – торжественные и динамичные. Их появление во многом объяснялось запросом общества на свежую информацию о моде. Аналогичное издание «*Ladies' Mercury*» (1693) в Лондоне положило начало периодике, ориентированной на женщин, публикуя не только изображения моделей, но и практические сведения о тканях и цветах.

В XVIII веке, в эпоху аристократии, выбор моделей стал шире: появились домашние, прогулочные, специализированные костюмы. Иллюстрации той эпохи отличались изысканностью и праздничностью – этого эффекта добивались с помощью стиля рококо. Особенно ярко это проявилось во французских изданиях «*Cabinet des modes*» (1785) и «*Monument du costume*» (1775–1783). Ещё одно важное событие – появление миланского «*Journal des dames et des modes en France*» (1786), который впервые был ориентирован не на элиту, а на все слои населения. На рубеже XVIII–XIX веков, в эпоху ампира, иллюстрации отражали уже другие тенденции: меховые пальто, античные причёски, спортивные увлечения.

В середине XIX века, в период «второго рококо», главным законодателем модной графики стал парижский «*La Mode Illustree*». Его изящные гравюры на тонированном фоне задавали тон журналам по обе стороны Атлантики. В «*Harpers Bazaar*» викторианской эпохи мода соседствовала с бытовыми и спортивными

сюжетами. А в 1892 году американский «Vogue» совершил настоящий переворот: вместо привычных рисунков манекенщиц он предложил постановочные фотосессии. Итак, модная иллюстрация прошла долгий путь – от этнографически точных гравюр XVI века до смелых фотоэкспериментов. Эти гравюры – не просто рисунки одежды. По ним можно увидеть, как менялась Европа на протяжении четырех столетий.

В начале XX века модная иллюстрация начала играть особую роль: она помогала Домам мод создавать собственное лицо. Рекламная графика тогда только обретала свой язык, и в ней многое шло от авангардных течений. Футуризм принёс ощущение скорости и движения, сюрреализм – неожиданные, порой странные образы, дадаизм – работу с коллажем, а поп-арт добавил чистых цветов и мгновенной узнаваемости. К концу XX века ситуация изменилась: в журналах всё чаще стали проявляться черты постмодернизма. Дизайнеры начали свободно смешивать стили, использовать иронию, отсылки к разным культурным эпохам. Визуальный язык модных изданий стал другим. По сути, это отражало общий сдвиг в культуре: строгие рамки модернизма уступали место эклектике и свободе, без единого жёсткого правила.

Если полистать подшивки модных журналов за XX век, легко заметить: реклама в них всё время была разной. Модная индустрия всегда была конкурентной, и журналам приходилось постоянно обновлять визуальный ряд. Реклама строилась вокруг сезонных коллекций – это стало главным двигателем работы изданий. Одним из первых примеров такого подхода стал журнал «Worth», созданный Чарльзом Фредериком Вортом. В нём карандашные рисунки очень точно передавали пластику модерна – кружевные вставки, вышивку, бахрому.

Переломным стал 1904 год с появлением «Les modes», впервые сочетавшего фотографии светских персон с указанием имен дизайнеров. Новаторские подходы проявились в альбомах Поля Пуаре: «Les Robes de Paul Poiret» (1908) с авангардными эскизами Поля Ириба и «Les Choses de Paul Poiret» (1911), иллюстрированных Жоржем Лепаем под влиянием Анри Матисса и Льва Бакста.

Параллельно развивалась модная фотография. В 1911 году Поль Пуаре

привлек Эдварда Стейхена для съемки своей коллекции. Стил ар деко, достигший своего апогея в 1920-х годах, ярко проявился в модной графике через геометрические узоры и роскошные декоративные элементы. Особый вклад в развитие этого направления внес русский художник Роман Тыртов (Эрте), который на протяжении 23 лет (1915–1938) сотрудничал с журналом «Harper's Bazaar», создавая утонченные графические произведения, которые впоследствии стали каноническими образцами ар деко в модной иллюстрации. К 1930-м годам фотография начала доминировать: исследования Наста К. М. показали лучшие продажи номеров «Vogue» с фотообложками. В этот период Бродович А. В., возглавив «Harper's Bazaar» в 1933 году, революционизировал верстку, сочетая фотографию с работами Шагала М. З. и Дали С.

Послевоенная эпоха выдвинула новых французских кутюрье (Кристиан Диор, Ив Сен-Лоран), а поп-арт 1960-х годов с Энди Уорхолом внес новые эстетические коды, включая культовую упаковку духов Chanel № 5. С 1950 года немецкий журнал мод «Burda Moden» демократизировал моду, предлагая выкройки для самостоятельного пошива.

Постмодернистские провокации 1980-х, пионером которых стала Энни Лейбовиц с ее знаменитой обложкой «Vanity Fair» с беременной Деми Мур (1991), сменились в 1990-х образами успешных женщин, а цифровые технологии привнесли неоновые цвета и компьютерную ретушь. К концу века появились нишевые журналы – например, «Jalouse» и «L'Officiel Hommes». Они были рассчитаны на разные возрастные группы и гендерные аудитории. Модные медиа окончательно сложились как разветвлённая система.

Модная иллюстрация появилась в XVI веке. В ту пору она была скорее документом: с её помощью фиксировали костюмы сословий, используя гравюру или акварель. В XVIII–XIX веках иллюстрация перешла на новый уровень – её стали публиковать в специализированных журналах о моде. Рисунки сочетались с описаниями тканей, фасонов, покроя. Именно тогда сложился тип издания, который мы сейчас называем модным журналом. В XX столетии фотография пришла на смену рисованной иллюстрации. Она стала не просто фиксировать, но и

активно продвигать моду. Технологии, авангард, цифровые методы – они постепенно меняли визуальный язык журналов, превращая их в главный инструмент модной индустрии.

С точки зрения творчества, журналы мод прослеживают эволюцию идей от эскиза до готовой коллекции. В них запечатлён процесс рождения фирменного стиля, эволюция творческого метода и становление идентичности бренда. Важны и те материалы, где раскрываются связи моды с другими видами искусства – от живописи до архитектуры. Что касается технологий, журналы описывают новые материалы и производственные методы. Журналы детально освещают процесс создания коллекций: начиная с выбора тканей и заканчивая нюансами кроя – именно по этим деталям видно, как шло технологическое развитие. Коммерческая сторона касается маркетинга Домов моды: их позиционирования, ценообразования, способов работы с аудиторией. В этом плане многое дают рекламные кампании и спецпроекты в глянцевах журналах. В социально-культурном измерении журналы демонстрируют связь модной индустрии с общественными процессами. Прослеживается и реакция Домов моды на исторические события, общественные перемены, глобальные вызовы.

То, как журнал мод служит инструментом для анализа творчества Домов моды, видно на примере изданий Ленинградского Дома моделей одежды 1930–1990-х годов. Изучение этих материалов позволило выделить характерные черты визуального языка – среди них символические коды, архетипические образы, мифологические элементы в логотипах. Эволюция логотипа ЛДМО – хороший тому пример: он менялся не раз, и каждый раз это было связано с реорганизациями и сменой подчинённости. Каждый раз, когда менялось позиционирование, пересматривалась и семиотика товарного знака [51].

В работах исследователей нередко указывается, что Ленинградский Дом моделей был создан в 1944 году. Однако архивные данные свидетельствуют об ином: учреждение было создано в 1936 году при тресте «Ленинградодежда». Переломным моментом стало постановление Наркомлегпрома РСФСР от 14 августа 1944 года (приказ № 362). Документ менял статус учреждения: оно

реорганизовывалось, переходило под контроль Ленинградского областного управления лёгкой промышленности, а его задачи расширялись. В 1946 году Дом моделей перестал подчиняться «Ленинградодежде» и стал отдельной организацией. Это не осталось незамеченным: эмблема и фирменный стиль обновлялись по мере того, как менялся сам институциональный статус [33].

В 1946 году Ленинградский Дом моделей сделал себе новый логотип. Его образцы дошли до нас в коллекции музея «XX лет после Войны». Это не просто рисунки, а настоящие лекала с эмблемой, по которым можно судить о том, как развивалась советская мода сразу после войны (рис. 15, а). Логотип очень показателен для товарных знаков середины прошлого века. В центре изображено здание Главного Адмиралтейства – знаменитый архитектурный памятник, который в XVIII веке перестроил архитектор Захаров А. Д. на месте старой верфи [100]. Художник довольно точно передал его главные черты: П-образную форму корпусов, высокую башню со шпилем и корабликом наверху, а также богатый декор фасада – арки, колоннады, портики. Композиция выстроена по канонам классической симметрии с четко выраженной центральной осью. Надпись выполнена каллиграфическим шрифтом ручной работы, причем название учреждения акцентировано как размером, так и центральным расположением (рис. 15, б), что характерно для графических решений довоенного периода.

В 1960-е годы снова начали выходить иллюстрированные «Альбомы мод» – в них публиковали коллекции для женщин, мужчин и детей (рис. 16, а). Именно тогда на страницах этих изданий появился обновлённый логотип Ленинградского Дома моделей. Его основой стало изображение «Дома Мертенса» – здания, куда учреждение переезжало в течение 1950-х годов. Постройка, возведённая в 1911–1912 годах по проекту М. С. Лялевича [45], отражает переход мастера от модерна к неоклассике. Для логотипа выбрали самые узнаваемые детали: три большие стеклянные арки фасада, коринфские полуколонны, пилястры, скульптурный декор между окнами верхнего яруса. Первый вариант 1952 года (рис. 16, б) был ещё близок к архитектурному рисунку. Позже его переработали: добавили перспективу, выстроили чёткую центральную композицию, ввели шрифт антиква. Так

постепенно сложился узнаваемый фирменный знак – от иллюстрации к профессиональному дизайну логотипа.

Официальный логотип Ленинградского Дома моделей появился в 1959 году, хотя отдельные наброски делались и раньше. В 1959–1965 годах, когда журнал «Моды» превращался из обычного альбома в иллюстрированное издание, этот знак регулярно печатали на обложке (рис. 17, а). Графика была выдержана в духе середины XX века (рис. 17, б): в центре – стилизованная женская фигура в платье, напоминающем силуэт «New Look» Кристиана Диора [29], который сумел соединить моду своего времени с традициями высокой моды. Но главная находка – в деталях: складки подола платья складываются в каллиграфическую аббревиатуру названия Дома моделей. Тонкая, изящная линия этого элемента оттеняет массивные шрифтовые блоки сверху и внизу – так возникает равновесие между лёгкостью и основательностью.

1964 год стал важной вехой: учреждение получило новое официальное название – Ленинградский Дом моделей одежды (ЛДМО). Новое название отражало не просто смену вывески – за ним стояло расширение функций Дома в системе лёгкой промышленности. Исследования показывают, что с 1960-х годов предприятия Минлегпрома перешли на использование только профессиональных лекал [33]. Отныне модели должны были отвечать двойному условию: они должны были быть и модными, и технологичными для производства. Реформа, таким образом, вывела Дом моделей в центр разработки эталонов для всей отрасли.

Издательская деятельность Ленинградского Дома моделей одежды менялась, и вместе с ней трансформировался и альбом «Моды». Со временем он превратился в иллюстрированный журнал «Мода», который выходил раз в квартал (рис. 18, а). Это заставило обновить его внешний вид. Логотип переработали, но связь со знаком 1946 года сохранили, придав ему более современный характер. Теперь в основе эмблемы – стилизованный парусник. Он напоминает о морской истории Петербурга и об Адмиралтействе, которое веками было центром судостроения на Балтике [67]. Художник проработал даже галюнную фигуру – традиционное украшение носа парусных кораблей XVI–XIX веков, в котором угадывается

женский силуэт. Название учреждения вписано прямо в изображение паруса. Стилизация всей графики делает знак выразительным и соответствующим статусу Дома моды (рис. 18, б).

Таким образом, старые модные журналы – настоящий источник для исследования. Они рассказывают о работе Домов мод, о том, как мода была связана с культурой. Кроме того, по ним видно, как мода превращалась в индустрию и как на неё реагировало общество.

Для цифровой реконструкции исторического костюма журналы мод – едва ли не главный источник. В них собраны не просто отдельные картинки, а целый пласт информации. Во-первых, визуальный ряд: гравюры, фотографии, иллюстрации. Во-вторых, технические подробности – из чего сшито, какой крой, какая фурнитура. И в-третьих, контекст: для каких случаев предназначался наряд, в какое время года его носили, как правильно надевать. Именно эта многослойность и делает журналы незаменимым материалом для восстановления утраченного.

Возьмём французский «Journal des Demoiselles» XIX века или советские «Ателье» и «Моды СССР» 1920–1930-х годов. Там постоянно печатали не просто рисунки, а подробные руководства: какие ткани взять, как украсить, как сшить. Именно такие выкройки и схемы кроя для исследователей на вес золота: они показывают конструкцию изнутри, а не только внешний вид. Инструкции по шитью – это разбор того, как всё было собрано.

С помощью компьютера всё это наследие становится доступнее: можно увеличить, сравнить, распечатать. Технологии шагнули далеко – теперь двумерные журнальные рисунки и схемы можно превращать в объёмные модели. Но этого недостаточно. Настоящая достоверность достигается только тогда, когда изображения изучают вместе с текстами, которые их сопровождают. Воссоздание требует от исследователя не одного лишь владения техникой. Нужно ещё хорошо представлять себе ту эпоху – из чего шили, какими способами, что вообще было принято и возможно [52].

Проведённая работа подтвердила ценность модных журналов как материала для цифрового воссоздания исторической одежды. Над исследованием работали

учёные из России и Франции: СПбГУПТД, ИвГПУ, Университет Верхнего Эльзаса. Консультационную поддержку обеспечил Ивановский государственный историко-краеведческий музей имени Д. Г. Бурылина. Методика была опробована в проекте «Живой лубок»: исследователям удалось восстановить 12 полных ансамблей (67 предметов одежды и аксессуаров) по русским лубочным картинкам XVII–XIX веков. Среди воссозданных образов – и герои лубка («Карлик и карлица», «Фарнос и Пигаस्या»), и жанровые сценки, вроде игры в карты Парамошки и Савоськи. Технологическая основа проекта – 3D-сканирование, хорошо известное и в музейной работе, и в киноиндустрии, и в гейм-дизайне.

Особую сложность представляла фрагментарность исходных данных – лубочные изображения содержали минимальную информацию о конструктивных особенностях, материалах и технологиях изготовления представленных костюмов. Для преодоления указанных методических трудностей научный коллектив разработал комплексный алгоритм цифровой реконструкции, включающий пять последовательных этапов [130]. Сначала были созданы детализированные технические рисунки с использованием профессиональных графических редакторов. Затем выполнена оцифровка конструкторских чертежей в формате 2D САПР. На третьем этапе сканированные материалы трансформировали в цифровые текстильные текстуры. Далее на основе 3D-сканирования фигур актеров сгенерировали персонализированные аватары. Завершающей стадией стала полномасштабная виртуальная реконструкция в специализированной системе автоматизированного проектирования.

Цифровая реконструкция исторического костюма выступает как инновационное междисциплинарное направление, сочетающее научно-обоснованные подходы к виртуальному восстановлению объектов материальной культуры. В рамках данного направления исследователи из Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна создали авторскую методику цифрового воспроизведения женских юбок 1850–1860-х годов (рис. 19), основанную на комплексном применении 2D- и 3D-моделирования, что позволяет детально реконструировать все конструктивные слои и элементы

костюма (рис. 20). Данный подход позволил проанализировать взаимосвязь параметров кринолина, конструкции юбки и поведения текстильных материалов, а также продемонстрировал высокую степень соответствия между историческими оригиналами и их цифровыми репликами. С помощью этого метода удалось выяснить, как связаны между собой форма кринолина, крой юбки и свойства ткани. Кроме того, стало ясно, что цифровые копии практически не уступают оригиналам в точности. Цифровая реконструкция востребована и в науке, и в образовании, и в музейной работе, и при создании интерактивных выставок.

Организаторами выставки «Красота требует 2.0. История советской моды» выступили СПбГУПТД и Фонд поддержки инноваций Санкт-Петербурга. Мероприятие было приурочено к юбилею ленинградского Дома мод. Она показала, как можно по-новому представлять модное наследие с помощью цифровых технологий. Экспозиция была разделена на три части: хроника, вещи и бытовые предметы. Гости выставки видели архивные снимки, журналы, вещи тех лет. А ещё могли виртуально примерить наряды 1970–1980-х. Это позволяло буквально соприкоснуться с историей.

В 1920–1930-е годы художники-конструктивисты из московского ИНХУКа – Степанова В. Ф., Арватов Б. И., Родченко А. М., Ган А. М. – занимались разработкой так называемого «производственного костюма». Речь шла об одежде для рабочих, где каждая деталь была продиктована профессиональными задачами. Форма и конструкция превращали такой костюм в полноценный инструмент труда. В послереволюционное время в проектировании одежды утвердился принцип осознанного минимализма, ориентированного на практичность. Это хорошо видно в альбоме «Искусство в быту» (1925), который создали Ламанова Н. П. и Мухина В. И. – там были представлены выкройки, пригодные для массового производства (рис. 21). Недавно, в рамках проекта «Красота требует 2.0», дизайнеры восстановили в цифровом формате один из таких рабочих костюмов (рис. 22), а также воссоздали 37 образов из советских модных журналов – это подтверждает, что функциональный подход остаётся актуальным и сегодня.

Двадцатое столетие принесло радикальные перемены в женскую одежду – изменились не только силуэты, но и само восприятие красоты [22]. Модерн дал прощальную вспышку утончённости – почти болезненной, почти демонической. Но Первая мировая война положила этому конец. Она не только перевернула сознание людей, но и создала другой образ женщины. Для визуализации этой трансформации исследователи использовали цифровые технологии: с помощью специализированного ПО были воссозданы модели платьев 1920-х годов по оригинальным выкройкам из журнала «Вестник моды» (рис. 23), после чего 3D-модели были интегрированы в приложение дополненной реальности через QR-код, позволяя посетителям выставки «примерить» исторические костюмы (рис. 24).

В реконструкции исторического костюма компьютер сильно помогает. С одной стороны, ускоряются макетирование и проектирование. С другой – реставрация делается точной. Модные журналы дают много полезного: картинки, описания кроя и материалов, информацию о времени и месте ношения. Поэтому они отлично подходят для цифровых реконструкций. Если объединить привычный анализ журналов с цифровыми методами, исследователи получают новые инструменты для изучения и сохранения истории костюма.

Итак, у журнала мод можно выделить четыре главные функции. Первая – быть историческим источником. По таким изданиям удаётся не только восстановить отдельные детали одежды, но и увидеть, как менялся стиль вместе с обществом и культурой. Вторая функция – визуальная коммуникация. Здесь важнее не текст, а то, как выглядит страница: расположение материалов, шрифты, композиция. Третья – журнал показывает внутреннюю жизнь Домов мод: как рождается идея, как она превращается в коллекцию и выходит на рынок. Четвёртое направление связано с новыми технологиями: на основе журнальных материалов можно создавать цифровые копии старинной одежды, сохраняя её для будущего и делая общедоступной.

### **1.3 Типология журнала мод**

В XIX веке модные журналы стали заметно различаться по кругу читателей и содержанию. Как отмечают исследователи [78], немецкие журналы того периода уже подразделялись на три категории: специализированные издания о моде и рукоделии, классические журналы и развлекательные публикации – классификация, сохраняющая актуальность в Германии до настоящего времени. Однако в XX веке существенные изменения в читательской аудитории потребовали пересмотра существующей типологии, что особенно наглядно прослеживается на примере французской модной периодики, традиционно считающейся эталонной.

Франция, как общепризнанная столица мировой моды, оказывала существенное влияние на развитие отечественной модной прессы. В дореволюционный период в Санкт-Петербурге активно издавались локализованные версии французских журналов, включая: «Венский шик» (1899–1908) – русскоязычную адаптацию издания «Wiener Chic» с многоязычным контентом; «Парижская мода» (1893–1898) – полный перевод парижского «La Mode de Paris» издательства Гоппе; и «Вестник моды» (1885–1916) [96]. Однако после Октябрьской революции и введения запрета на частные СМИ к 1919 году специализированные модные издания прекратили свое существование, уступив место модным рубрикам в общественно-литературных журналах.

Период НЭПа (1920-е годы) принес значительные изменения в издательскую сферу Советской России. Экономическая либерализация способствовала возрождению частных издательств и созданию кооперативных объединений. В Петрограде-Ленинграде этого периода выходили такие издания, как «Последние моды: Журнал для женщин» 1923–1929 и «Искусство одеваться» 1928–1929. Редакции часто брали готовый материал из иностранных журналов – французских в первую очередь, потому что своих разработок было мало. Из-за этого стиль становился эклектичным, а качество печати страдало [48]. 1920-е годы в советской журналистике прошли под знаком французского влияния – это видно по тому, как строились издания, как они выглядели. От французов взяли не просто картинки – переняли и подход к построению номера, и логику оформления.

Французская модная пресса начала XX века была довольно разнообразной,

но всё же главенствовали издания с практическим уклоном. Среди таких журналов – «L'Illustration des Modes» (с 1920 года он стал называться «Le Jardin de Modes»). Подобные издания знакомили публику с сезонными коллекциями – и для женщин, и для мужчин, и для детей. В них работали известные художники-иллюстраторы, которые умели сочетать художественную выразительность с практической пользой. Рядом с рисунками моделей публиковались выкройки и технические схемы, предназначенные для профессиональных ателье. В 1920-е годы важную роль в жизни журнала играл Люсьен Вожель. Он был не просто главным редактором, но также выступал как фотограф и автор обложек. Такое совмещение функций было характерно для изданий того времени и отражало их синтетическую природу, где искусство, мода и полиграфия существовали в тесной взаимосвязи.

Анализируя конкретный выпуск 1922 года (рис. 25), можно выделить характерные особенности издания. Обложка выполнена в виде стилизованной модной иллюстрации: на лаконичном белом фоне изображена женская фигура в окружении элементов интерьера. Композиция построена по традиционным правилам: все части уравновешены относительно центра. Шрифт названия решён в изящной антикве, где заметно чередование крупных и мелких букв. Примечательной деталью является сохранение упоминания предыдущего названия журнала. Цветовое решение основано на сочетании красного, чёрного и белого – это типичная для тех лет колористическая схема. На страницах издания есть как цветные, так и чёрно-белые иллюстрации костюмов, и к каждому рисунку дано пояснение о рекомендуемых материалах. Графика сделана очень аккуратно. Линии точные, они хорошо передают пластику фигур, которая была характерна для моды 1920-х. При этом в них уже заметны черты раннего ар деко. То есть стиль только зарождается, но его влияние уже чувствуется.

В 1930-е журнал заметно меняется. С 1933 года вместо привычных рисованных иллюстраций на обложке появляются фотографии моделей (рис. 26). Название теперь набирают геометричным шрифтом без засечек – и этот приём останется вплоть до 1950-х. Оформление становится очень сдержанным: предметы на белом фоне, минимум деталей. В разметке страниц видны прямые линии, а

цветовая палитра сводится к трём цветам – красному, синему и жёлтому. Это уже прямое обращение к неопластицизму Пита Мондриана. Особенно хорошо связь видна с его «Композицией с большим красным квадратом» 1921 года. Получается, модный журнал не просто показывал новые фасоны, а через оформление знакомил читателя с современным искусством.

В 1921 году во Франции начал выходить журнал «L'Officiel de la couture et de la mode de Paris». Он подавался как официальное издание парижского синдиката высокой моды. Писали в нём только об одном – о коллекциях ведущих кутюрье. К созданию номеров подключались известные люди. Скажем, Поль Пуаре присылал эскизы, а иллюстрации по ним рисовала художница Колетт. Сначала снимков не было совсем, только графика. В 1925-м в редакцию пришла Дора Каллмус – мадам д'Ора. Её чёрно-белые фотографии размещали в центре обложки и соединяли с геометрическими ар-деко узорами. Стиль чувствовался и в шрифте: массивный гротеск для названия, а среди фирменных цветов – густые зелёный, красный, жёлтый.

В 1930-е «L'Officiel» серьёзно изменился. Связано это было с приходом Жоржа Жалу на пост художественного редактора. Раньше журнал делали в основном для специалистов модной индустрии. Теперь круг читателей стал шире, но элитарный статус никуда не делся. Поменялся и сам облик издания. Ещё во второй половине 1920-х в оформлении модных журналов начался сдвиг: вместо фотографий на обложки всё чаще возвращались иллюстрации – живые, эмоциональные, динамичные (рис. 27). Художники работали резкими линиями, энергичными мазками, брали контрастные цвета. Это была не попытка точно изобразить наряд, а скорее способ передать настроение и авторский импульс. Тогда же в журнале появляются первые цветные снимки. Кроме того, «L'Officiel» стал полезнее на практике: французские читательницы могли не просто смотреть на образы, но и узнавать, где заказать похожие ткани или повторить наряд у портного.

После Первой мировой Франция жила в режиме экономии и постоянных перемен. Это хорошо чувствовалось и в визуальной культуре: старые приёмы уже не работали, нужен был другой язык общения с читателем. В 1928 году появился

журнал «Vu». Его возглавил Люсьен Вожел, и ставку он сделал на фотографию – именно она стала главным способом подачи материала. Первое время издание занималось политикой и общественными темами. Но в 1933-м ситуация изменилась: художественным редактором стал Либерман А. С. С этого момента особенно интересно смотреться модные выпуски 1933–1934 годов (рис. 28). Это были уникальные по глубине исследования индустрии. В них охватывались разные стороны модной культуры – от высокой моды до ювелирных изделий, спортивной одежды, мужских костюмов и этнических мотивов. Среди них выделяется номер 1933 года, который готовила Козетта Вожел (она была замужем за основателем журнала). Обложку делал Либерман А. С. На ней был искусно смонтирован снимок модели в платье от Мадлен Вионне (фото Жоржа Саада) и силуэт Триумфальной арки [88]. Так женский образ стал символом парижской моды. Контраст между лёгкостью снимка и массивным логотипом, яркие красные надписи создавали авангардное напряжение. Обложка переставала быть просто рекламой – она становилась самостоятельным произведением, воплощавшим дух времени.

Специальные номера «Vu» отличались целостным подходом: визуальный ряд существовал в неразрывной связи с текстами, а мода показывалась через светскую хронику, что связывало её с образом жизни состоятельной женщины. Визуальная стратегия издания строилась вокруг фотографии и фотомонтажа, поэтому классические рисунки почти не встречались на его страницах. Исключением стал номер 1934 года – на его обложке была пастельная работа Жоржа Саада с моделью в платье от Мадлен Вионне. Шрифтовое решение, выполненное наклонной антиквой, удачно вписывалось в концепцию выпуска. Внутри журнала было много графики. Выразительные рисунки Яковлева А. Е. и Этьена Дриана показывали манекенщиц в изящных позах – они представляли новые коллекции. Цветовая гамма тёплая. Такая манера сближала «Vu» с «Le Jardin de Modes» и французским «Vogue». Видно, что издания влияли друг на друга: у них были общие художники и редакторы.

В 1920-е годы «Vogue» под руководством Люсьена Вожеля полностью изменил подачу моды. Журнал перестал быть просто сборником советов – он

показывал моду как часть образа жизни. В его оформлении, хоть и с опозданием, отразились перемены, которые произошли в европейском искусстве ещё в 1910-х: плавные линии ар нуво в начале десятилетия сменились строгой геометрией ар деко к его концу [98]. Эта эволюция укрепила авторитет издания. Теперь главным в оформлении стало создание ярких образов, а не просто показ новинок. Ярким примером служит обложка 1920 года с эскизом Льва Бакста к балету «Волшебная лавка» (рис. 29). В этой работе проявились все характерные черты художника: изысканная линия, гармоничная композиция, эмоциональная насыщенность, присущая его театральным работам. Влияние ар-деко читалось в геометричности форм, стилизованных орнаментах, контрастной цветовой гамме, декоративных шрифтах, которые при этом сохраняли лёгкость и изящество, свойственные журналу. Благодаря такому оформлению каждая страница «Vogue» воспринималась как самостоятельное художественное произведение, отражавшее дух своего времени.

Париж 1930-х – время, когда фотография всё активнее завоевывала пространство модных журналов. Но иллюстрация не сдавала позиций. Издания продолжали заказывать работы художникам, и те искали вдохновение в самых разных источниках. В работах для модных журналов художники переосмыслили целый спектр направлений – от кубизма и фовизма до футуризма и постимпрессионизма. Особенно интересно это проследить на примере «Vogue». Иллюстрации «Vogue» адаптировали самые свежие художественные веяния, перерабатывая их в соответствии с требованиями модной эстетики.

Примером стилистических изменений может служить французский номер «Vogue» за 1933 год. Его обложку создал испанский художник Эдуардо Гарсия Бенито (рис. 30). В портрете модели он мастерски соединил приёмы постимпрессионистов. Плотные мазки, фактура, насыщенные цвета – всё это отсылало к Гогену и Сезанну [20]. А непринуждённая поза напоминала работы Тулуз-Лотрека. Те же приёмы были заметны и внутри номера, особенно в женском портрете, сделанном в духе Модильяни. К середине 1930-х визуальная концепция журналов начала меняться: иллюстрации постепенно уходили с обложек, а вместо

них приходила фотография. Но именно рисунки того времени, как показывает пример «Vogue», стали связующим звеном между авангардом и коммерческой модной графикой.

Французские модные журналы начала XX века можно разделить на две группы. Первая – прикладные издания: «Le Jardin de Modes» и «L'Officiel de la couture et de la mode de Paris». Они в основном показывали новые модели одежды для женщин, мужчин и детей. Вторая группа – нарративные журналы, например «Vogue» и специальные выпуски «Vu». Они по-новому подошли к самой сути моды, рассматривая её как элемент светского быта и явление искусства. Эти журналы отвечали на запросы читательниц комплексно: не просто показывая «что» носить, но раскрывая «как» и «где» это уместно. Костюм здесь существовал не изолированно, а в окружении соответствующих аксессуаров, на фоне культурных событий и в контексте буржуазного образа жизни. Подобные издания стали наиболее полным отражением модной индустрии своего времени, запечатлев идеал респектабельной женщины эпохи и превратив моду в важный социальный и культурный феномен.

Предложенная типология действительно применима к советским модным изданиям, хотя с существенными оговорками. В первые послереволюционные десятилетия доминировал сугубо прикладной формат, представленный такими журналами как «Последние моды» и «Журнал мод» Ленинградского Дома моделей, которые выполняли преимущественно утилитарную функцию демонстрации новых фасонов. Особняком стоял экспериментальный журнал «Ателье» (1923), ставший уникальной попыткой осмыслить моду как культурный феномен. Его создатели заявляли: «Быт, искусство и промышленность не только у нас в России, но и за границей» [82], анализируя взаимосвязи моды с революционными преобразованиями, театром, танцем и спортом. Послевоенный период ознаменовался утратой этого комплексного подхода. В позднесоветское время появились «Рижские моды» («Rigas Modes») и ленинградский журнал «Мода». Однако они оставались в привычных рамках традиционного журнала мод и не достигали уровня исследования костюма как искусства, который был свойственен

западным изданиям. Здесь видно советское отношение к моде: её понимали скорее как практическую область, чем как культурно-эстетическое явление.

Советские журналы мод во многом равнялись на французские. Они перенимали у них оформление и общий подход к подаче материала. Французская модная периодика 1920–1930-х годов заметно изменилась стилистически: от плавных линий ар нуво к строгой геометрии ар деко. Правда, произошло это позже, чем в других иллюстрированных изданиях. Параллельно рисунок начал уступать место фотографии. Похожие процессы шли и в советской модной печати, но с поправкой на местные условия.

Модные журналы этого времени можно разделить на две основные группы. С одной стороны, светские издания. В них мода была частью великосветской жизни: портреты аристократок в бальных нарядах, салонная хроника. Кроме того, печаталась беллетристика, театральные обзоры, экономические заметки, и всё это связывалось с модой. С другой стороны, возникли практические журналы. Их появление связано с распространением швейных машин и ростом буржуазии. Эти издания давали рекомендации по самостоятельному шитью. Особняком стояли исследовательские журналы, где мода рассматривалась как искусство. Пример – советский «Ателье» 1923 года. Здесь моду анализировали с точки зрения искусства и общественных сдвигов. Но большинство ранних советских изданий всё же брали за основу французские прикладные журналы, приспосабливая их к своим реалиям [55].

Журнал «Ателье» начали выпускать в 1923 году, и это был не просто очередной журнал о моде. Его создатели задумывали нечто большее – соединить искусство, промышленность и новый быт. В редакционной статье прямо говорилось: «Быт, искусство и промышленность не только у нас в России, но и за границей» – и обещали показывать «всё творчески прекрасное» в материальной культуре [82]. Одеждой дело не ограничивалось: публиковали обзоры театральных премьер, художественных выставок, спортивных событий. Большую роль сыграли художники-авангардисты – они разработали для журнала цельный визуальный стиль, от шрифта до модных рисунков. Именно эта продуманная эстетика

позволила «Ателье» занять заметное место среди европейских модных изданий 1920-х годов.

Наиболее ярко визуальный облик журнала виден на обложке, которую создал Митрохин Д. И. (рис. 31). Художник показал проект Экстер А. А. – изящный комплект из длинного пальто пастельно-голубого цвета и шляпы с декором. Здесь чувствуются черты ар деко: лаконичная геометрия, динамика, контраст. Название журнала набрано шрифтом Чехонина С. В. – одного из ведущих дизайнеров того времени. Его почерк, сформировавшийся в 1920-е, сочетал угловатую строгость и декоративность. Шрифт использовали везде: от печати до прикладного искусства, и он всякий раз обретал новое звучание. Благодаря такому комплексному подходу обложка стала подлинным свидетельством своего времени.

В центре внимания «Ателье» была концептуальная разработка советского женского костюма. Журнал тесно взаимодействовал с «Центром по становлению нового советского костюма», созданным в 1923 году (позже переименован в «Ателье мод»). Как печатный орган первого в стране центра моделирования повседневной одежды, издание фиксировало все этапы творческой работы над женскими костюмами [42]. Мастерская находилась в старинном особняке, и эти интерьеры часто появлялись на страницах журнала: высокие залы с колоннами, изящные столики, экзотические растения – всё это создавало неповторимую атмосферу. Редактором была Сеничева О. Д., и под её руководством журнал выстраивал визуальный ряд, где портрет модели и интерьер ателье соединялись в единую композицию (рис. 32). Оформление издания также привлекало внимание: название «Ателье мод» набиралось декоративным шрифтом с динамичными элементами. В редколлегию входили Гордин В. Н. и Кащенко Б. П., а художественное направление курировала знаменитый модельер Ламанова Н. П., что подтверждало высокий уровень издания.

С точки зрения истории графического дизайна наибольший интерес представляют рекламные материалы журнала – среди них встречается фирменный знак «Ателье мод» в виде стильной монограммы, характерной для той эпохи [31]. Этот знак, созданный Левитским В. Н., основан на изящном переплетении

инициалов, где антиквенные буквы органично вписаны в геометрическую композицию. Такое решение свидетельствует о высоком уровне разработки товарных знаков в тот период.

«Ателье» стал площадкой, где мода осмыслялась через искусство и социальные изменения. В журнале печатались статьи ведущих авторов: Экстер А. А. писала о функциональности одежды, Прибыльская Е. И. – о вышивке в производстве, Евреинов Н. Н. – о парижском стиле, а Юрьевская М. и Кузмин М. А. исследовали связи моды, танца и театра. Особого внимания заслуживает материал фон Мекк «Костюм и революция», в котором одежда рассматривалась как социальный индикатор. Рубрики журнала охватывали широкий круг тем – международные модные обзоры, театр, выставки, промышленный дизайн, спорт. Визуальный ряд сочетал фотографии московских знаменитостей в нарядах от «Ателье мод» и художественные иллюстрации. Над графикой работали Прибыльская Е. И., Чехонин С. В., Экстер А. А., Мухина В. И. и Бенуа А. Н. Среди них выделяются театральные эскизы Бенуа к «Мещанину во дворянстве» – они наглядно показывают, как мода и сцена переплетались в единое целое.

Визуальный строй журнала становится понятным при взгляде на его развороты. Заголовки здесь играют главную роль – они набраны декоративными шрифтами и резко отличаются от основного текста, который печатается классической антиквой. Ровные колонки, текст не сливается в плотную массу – страница дышит, её удобно листать. Фотографии и иллюстрации врезаны прямо в текстовые блоки. Это не просто украшение: они создают эффект фигуративной типографики, в котором и состоит своеобразие журнала. Длинные аналитические материалы чередуются с короткими графическими вставками, где показаны модели костюмов. Такой ритм держит внимание. Геометрию поддерживают линейные элементы в колонтитулах и аккуратные межстрочные интервалы. Классическая вёрстка соединена с новыми графическими приёмами, что характерно для лучших изданий первой трети XX века. При этом у журнала есть собственный визуальный почерк.

Этот журнал делали не случайные люди: к нему подключились крупные имена художественной среды. В числе авторов и оформителей издания значились такие мастера, как Кустодиев Б. М., разрабатывавший визуальную концепцию номеров; Ламанова Н. П., внесшая вклад в моделирование костюмов; литераторы Шагинян М. С. и Ахматова А. А., обогатившие издание поэтическими и аналитическими материалами. Художественный совет журнала пополнили Анненков Ю. П., Замятин Е. И., Кузмин М. А., а также прославленные живописцы Сомов К. А., Бакст Л. С. и Петров-Водкин К. С. Как отмечает исследователь [104], принципиальным достижением издания стало органичное соединение авангардных живописных техник с традициями модной иллюстрации. Новаторский синтез выразительных средств превратил «Ателье» в уникальное явление, демонстрирующее богатство стилистических поисков в отечественном искусстве костюма и графики 1920-х годов.

Новаторский подход журнала хорошо виден на примере модных эскизов Экстер А. А., опубликованных на его страницах (рис. 33). Художница предлагала принципиально новую трактовку женского костюма: его силуэт сводился к сочетанию простейших геометрических фигур. Сама Экстер формулировала это так: «Костюм массового производства должен строиться на простейших элементах – прямоугольнике, квадрате, треугольнике; игра цвета внутри этих форм создаёт необходимое разнообразие» [105]. В этих рисунках заметно влияние кубизма, перекликающееся с театральными работами художницы. Особенно выразителен эскиз с египетскими мотивами – здесь смелые цветовые контрасты (насыщенный синий, охра, алый) сочетаются с динамичной композицией. Угловатые, почти архитектурные формы костюма передают дух модернистских экспериментов 1920-х. Каждый такой рисунок становился не просто зарисовкой одежды, а самостоятельным художественным произведением.

Мухина В. И. также участвовала в оформлении журнала и в своих модных рисунках раскрылась как неожиданно одарённый модельер (рис. 34). Её платье-бутон из белой ткани с пышными драпировками напоминало распускающийся цветок. Образ дополняли широкая красная шляпа и трость. Плавные линии силуэта,

мягкая игра света и тени, нежные пастельные оттенки создавали ощущение объёма и придавали рисунку скульптурность.

С самого начала «Ателье» задумывался как средство создания репутации – как для самого журнала, так и для мастерской «Ателье мод», с которой он был тесно связан. Французские модные издания показывали светскую жизнь и тем самым продвигали буржуазные ценности. «Ателье» ставил перед собой совсем другие задачи. Журнал был задуман как культурно-просветительский проект с идеологической нагрузкой: он должен был создавать образ новой советской женщины – активной, трудящейся, полезной обществу. Художники сознательно обращались к конструктивизму – направлению, которое, как писал Алексей Ган [26], должно было выражать коммунистические идеи через искусство. Поэтому всё в оформлении журнала – от выбора шрифта до построения страницы – подчинялось задаче создания нового визуального языка, отвечающего духу времени.

Хотя в оформлении «Ателье» участвовали художники-авангардисты, общая визуальная стратегия журнала оставалась традиционной. Вёрстка строилась на симметрии и статичных композициях – это было свойственно классической типографике 1920-х годов [55]. Новаторство «Ателье» заключалось не в смелых графических решениях, а в содержании: журнал печатал революционные статьи и привлекал художников-конструктивистов. Подобная ситуация – когда форма отставала от содержания – была характерна и для французских модных журналов. В них переход от ар нуво к ар деко и замена рисунков фотографиями происходили позже, чем в других типах печатных изданий.

Единственный номер журнала «Ателье» вышел в 1923 году тиражом 20 000 экземпляров и стал одновременно последним. Проект не получил дальнейшего финансирования – сказалась дороговизна печатных материалов. Модные издания НЭПа в основном копировали французские иллюстрации. «Ателье» решил иначе: заказал рисунки у отечественных авангардистов – для того времени это было смело. Позже этот приём повторил журнал «СССР на стройке», и он получил признание за рубежом. Но у него была сильная господдержка, а «Ателье» такой опоры не имел. Журнал делался для жён партработников, крупных чиновниц и нэпманской

буржуазии – аудитория узкая. Ужесточение идеологии привело к критике, а слабое финансирование окончательно добило проект.

Есть журналы, которые учат шить, и журналы, которые рассказывают, как жить красиво. «Ателье» не был ни тем, ни другим. Он стоял в стороне. Здесь костюм изучали как искусство, а моду связывали с театром, живописью и культурой в целом. Это была скорее исследовательская площадка, чем обычный журнал мод. Участие ведущих художников-авангардистов в создании журнала придало ему характер исключительного арт-проекта, не имеющего прямых соответствий как в российской, так и в международной издательской традиции. Таким образом, «Ателье» представляет собой уникальный тип специализированного издания, сочетающего культурологический дискурс с научным изучением моды как художественного явления [53]. Это типологическое исключение было повторено, да и то, отчасти, в ленинградском журнале мод «Стиль» в начале 1990-х годов.

### **Выводы по первой главе**

1. Настоящее исследование выявило три этапа развития отечественной модной прессы до 1917 года: формирование базовых типов изданий (литературных, по домоводству и модам) в конце XVIII – середине XIX века; трансформацию в литературно-общественный формат под влиянием женского движения и социальных изменений в середине XIX – начале XX века; и разделение на массовые (моды, домоводство) и специализированные издания в начале XX века, что отражает тесную связь эволюции прессы с социокультурными изменениями в обществе. В последний период окончательно формируется особый тип массового периодического издания – журнал мод.

2. Определены основные функции модных журналов на примере отечественной модной периодики: журнал мод в качестве источника для исторического, историографического и формально-стилистического анализа моды; журнал мод в качестве системы проектирования визуальных коммуникаций;

журнал мод в качестве инструмента для анализа творческой деятельности Домов моды; журнал мод как источник для цифровой реконструкции исторического костюма. Фундаментальной предпосылкой для реализации всех перечисленных функций выступает креолизованная природа журнала мод, где неразрывное единство вербального и визуального рядов является системообразующим фактором.

3. В результате проведенного типологического анализа модных журналов выделены два их основных типа: нарративный – классический модный журнал, тяготеющий к частичной креолизации текста, и прикладной – специализированный журнал моды, основанный на полной креолизации, где изображение и техническое описание модели образуют неразрывное единство. Особняком стоял экспериментальный советский журнал «Ателье» (1923), единственный выпуск которого представлял собой научный анализ моды в контексте современного искусства и социальных процессов. Эта типологическая модель сохраняла свою актуальность вплоть до 1980-х годов, несмотря на происходившие изменения в советском обществе.

## ГЛАВА 2. ЭВОЛЮЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННО-ГРАФИЧЕСКОГО ОБЛИКА СОВЕТСКОГО ЖУРНАЛА МОД

### 2.1 Частно-кооперативные модные издания

Стилистические особенности и художественные направления модных изданий 1920-х годов остаются недостаточно исследованными в российском искусствоведении. Хотя в указанный период большинство модных иллюстраций, включаемых в состав изданий, создавалось в эстетике доминирующего стиля ар деко, советские художники-иллюстраторы разрабатывали принципиально новый визуальный язык, основанный на идеях конструктивизма. Примечательно, что до настоящего времени отсутствуют специальные исследования, посвященные анализу художественно-графического оформления частно-кооперативных журналов мод эпохи НЭПа [48].

На рубеже XIX–XX столетий Санкт-Петербург превратился в ведущий центр российской модной журналистики. Подъем специализированных изданий был вызван комплексом взаимосвязанных причин: бурным ростом полиграфической промышленности в конце XIX века, появлением массовой читательской аудитории благодаря формированию среднего класса в ходе либеральных реформ Александра II, а также смягчением цензурных ограничений после принятия «Временных правил о печати» (1867–1869), отменивших предварительную цензуру для большинства периодических изданий. К 1903 году в столице сложилась разветвлённая сеть модной периодики: 12 специализированных журналов и регулярные публикации о моде в популярных изданиях.

В XIX – начале XX века российская мода во многом следовала за европейскими столицами. Петербургские журналы это хорошо отражали – они публиковали переработанные переводы иностранных изданий. Среди них выделялся «Венский шик» (1899–1908), который выходил на трёх языках и знакомил с австрийской модой. Также печатали полный перевод французского журнала под названием «Парижская мода» (1893–1898). А самым долгоживущим оказался «Вестник моды» – он издавался с 1885 по 1916 год [96]. В таких журналах

обычно помещали рисунки моделей, подробные описания, выкройки, а также хроникальные заметки и рекламу – это был стандартный набор для модной прессы того времени.

После революции 1917 года большевики взяли курс на национализацию, затронувшую и печатные СМИ – это закреплялось в законах Гражданской войны. Однако с введением НЭПа в начале 1920-х годов издательская политика изменилась: частная инициатива была частично разрешена, хотя прежде доминировали кооперативные формы. Как отмечается в исследованиях [11], частные и кооперативные издательства отличались по правовому положению: кооперативы оформлялись в НКВнуторге как промышленные объединения. Частные издательства, лояльные новой власти, допускались к работе, но находились под строгим контролем партийных структур и Госиздата. Объём заказов для негосударственных предприятий был крайне мал. Переломным моментом стало постановление СНК 1921 года, после которого отмечается рост числа частных издательских предприятий.

Новые экономические условия изменили внешний вид модных журналов. Хороших иллюстраторов становилось всё меньше, и журналам приходилось довольствоваться простыми рисунками, без излишней художественной сложности. Оформление жёстко контролировали. Даже те художники, что работали в штате, оставались безымянными – их творческая манера жёстко регламентировалась редакционными установками. В итоге журналы заполнялись схематичными, перегруженными картинками. Но и в таких условиях в работах советских графиков заметно влияние ар-деко [21]. Стил, который в 1920-е годы определял моду в Европе, добрался и до советской печати. Ар-деко добрался и до советской печати, но в гораздо более скромном виде – его адаптировали.

Архивные материалы РГАЭ показывают, что на 1 сентября 1925 года частная периодика эпохи НЭПа была сконцентрирована главным образом в Москве и Ленинграде. По данным Главлита, среди зарегистрированных частных изданий выделялись журналы издательства «Издатель Цветков». Основным направлением деятельности издательства стал выпуск модной периодики. Среди них выделялись

«Вестник моды» и «Журнал для женщин», имевшие распространение и в Петербурге, и в Москве [11]. Этот пример отражает основные черты частного издательского дела того времени: выход в регионы и узкую тематическую направленность.

Первый номер журнала «Последние моды: Журнал для женщин» вышел весной 1923 года. Это был 16-страничный альбом, знакомивший с западными модными тенденциями (рис. 35, а). Иллюстрации женских и детских костюмов выполнялись тонкой штриховкой и перекрёстной техникой, что придавало им сходство с гравюрой. В основе композиций – женский силуэт, дополненный пейзажами, бытовыми предметами и отдельными эскизами (рис. 35, б). Из-за нехватки средств журнал печатался на тонкой бумаге, преимущественно в чёрно-белом варианте; красно-коричневым цветом выделялись лишь несколько разворотов. Шрифтовое оформление решено в духе ар деко, с использованием декоративных акцидентных гарнитур. Оно отражало актуальные графические веяния и характерный для раннесоветского периода компромисс между художественным качеством и экономией ресурсов.

К середине 1920-х годов модные журналы стали выглядеть иначе. Обложки сделались строже и лаконичнее: почти всё пространство занимал шрифт [101]. Внутри тоже многое поменялось. Появилось чёткое оглавление с рубриками, а пометка «Petit Journal» (рис. 36, а) говорила о международных связях редакции. Журнал был рассчитан на массового читателя, поэтому объём публикаций вырос. В номерах регулярно печатали новые модели с техническими чертежами и подробными инструкциями, добавляли приложения с выкройками и схемами для рукоделия. Над изданием работали разные специалисты: Выропаева А. занималась методикой кроя, Цветкова Н. Л. руководила отделом, Цветков Х. Т. был главным редактором и издателем. Изменилась и художественная часть. Иллюстраций стало меньше, рисунки упростились: пропал детализированный фон, композиции стали фрагментарными (рис. 36, б). Шрифты соединяли разные стилистики, единой концепции не было. Полиграфия к этому времени уже позволяла использовать цветную печать и фотографии, и визуальный ряд стал богаче.

Последний номер журнала «Последние моды: Журнал для женщин» вышел в 1929 году. Общая концепция оформления осталась прежней, но визуальный язык заметно изменился. Рисунки стали проще: объёмная лепка форм исчезла, вместо светотени появились плоские заливки, пропорции фигур исказились, детали почти перестали прорабатываться (рис. 37). Эти перемены типичны для советских модных журналов конца 1920-х годов. Собственная модная индустрия в стране ещё не сформировалась, поэтому редакции копировали иностранные материалы. Отсюда стилистическая эклектика и заметные дефекты при воспроизведении иллюстраций. Следы перепечатки сегодня важны как свидетельство того, какими способами издательства приспосабливались к нехватке оригинальных разработок.

Среди модных журналов 1920-х годов стоит обратить внимание на ленинградское издание «Искусство одеваться». Оно выходило как приложение к «Красной панораме». Костюм здесь подавался шире, чем просто предмет одежды, — как явление культуры. При этом журнал настаивал на том, что нужны новые, революционные формы одежды. Свою позицию редакция обозначила уже в названии, и содержание этому соответствовало: в издании печатались рабочие, художники, учёные. В первом номере была опубликована статья Луначарского А. В. «Своевременно ли подумать рабочему об искусстве одеваться?», в которой нарком просвещения полемизировал с распространённым мнением о моде как о буржуазном явлении [66]. Как отмечают исследователи истории костюма, модели, представленные в журнале, отличались эклектикой: рядом с образцами рабочей одежды и простыми повседневными комплексами соседствовали работы французских модельеров и близкие к ним по духу отечественные разработки [95]. Такое разнообразие говорило о поисках новой эстетики, которая ещё не обрела чётких очертаний, но уже заявляла о принципиально ином подходе к костюму в социалистическом обществе.

Журнал привлекал известных графиков, что значительно повышало его художественную ценность. С изданием сотрудничали Ходасевич В., Анисимова О., Снопков И., Провосудович Т., Якунин Е., Орлов М. и Оршанская Н. Особенно заметен их вклад в выпусках начала 1928 года. Здесь рядом с парижскими эскизами

появлялись работы советских художников, которые пытались соединить национальные традиции с современными эстетическими представлениями. Их метод сочетал живописные приёмы с модной иллюстрацией – это хорошо видно на обложках. В этих работах формировался стиль, известный как русский авангард. В нём соединились две основные художественные линии того времени: супрематизм с его геометрической абстракцией и конструктивизм с его утилитарно-производственной направленностью [77]. Из этого синтеза складывался особый визуальный язык. Он отражал глубокие сдвиги, которые происходили после революции и в искусстве, и в обществе.

Особое место в этом процессе занимала Ходасевич В. М. В 1920-е годы художница получила известность благодаря живописным работам и театральным эскизам. Её индивидуальный стиль проявился в обложках «Искусства одеваться» (рис. 38, а). Для них характерна ироничная трактовка образа с элементами гротеска. Вместо детальной проработки фигуры художница использовала контрформу, добиваясь условного, почти символического изображения. В следующей работе (рис. 38, б) она обратилась к ар деко: появились геометрическая чёткость, динамичная стилизация, тонкая графичность. Третья обложка (рис. 38, в) выглядит иначе. Здесь Ходасевич отходит от привычной манеры и показывает романтизированный женский образ с мягкими округлыми линиями. Это говорит о гибкости её подхода к модной иллюстрации. При этом каждая работа сохраняет узнаваемый авторский почерк и в то же время соответствует содержанию конкретного номера.

Обложка, выполненная Анисимовой О. В., одной из самых неординарных художниц-модельеров конца 1920-х годов, показывает её подход к проектированию одежды. В работе видны главные черты стиля: современные формы соединены с народными элементами, силуэт геометризован, активно использованы орнаменты. Большое внимание художница уделяла цвету – насыщенные контрастные сочетания соответствовали художественным веяниям времени (рис. 39). Этот пластический язык отражал поиск новых решений, при котором традиционные мотивы переосмыслились через современную эстетику.

Отдельно стоит рассмотреть номер, оформленный Шведе-Радловой Н. К. Её обложка соединяет живописные и графические приёмы. Композиция по выразительности близка к станковой живописи, но сохраняет условность и стилизацию, необходимые модной графике. Сочетание изобразительных традиций и требований прикладного искусства делает эту работу ценной. Цветовое решение обложки зависит от сезона: в зимних номерах – плотные, насыщенные тёмные тона, в весенне-летних – светлая пастельная гамма с прозрачными цветовыми отношениями (рис. 40). Такой подход указывает на сезон моделей и одновременно показывает чувство цвета, которым владела художница, работая между декоративностью и естественностью.

С середины 1928 года журнал «Искусство одеваться» начал меняться. Серьёзных статей и работ советских художников становилось меньше. При этом оформление оставалось сильным – во многом за счёт обложек Дидерихс А. Р. (рис. 41). В них были стилизованные формы, орнаменты, геометричная композиция, точная линия, насыщенный цвет. К 1929 году журнал уже почти не напоминал себя прежний. Печатали в основном западные образцы, далёкие от советской жизни. Поэтому издание вскоре закрыли.

В 1920-е годы частные издательства работали по постановлению СНК «О частных издательствах» (1921). Для негосударственных типографий вводились единые правовые нормы и обязательная перерегистрация. Государство таким образом усиливало контроль над издательской сферой. С одной стороны, постановление разрешало частным издательствам работать в условиях НЭПа, с другой – перерегистрация ограничивала их самостоятельность. Однако юридические нормы оставались недостаточно чёткими, что позволяло властям вмешиваться в работу издательств. Так, Главлит имел право принудительно переводить частные предприятия в кооперативные. Периодическая печать играла важную идеологическую роль, и с середины 1920-х годов давление на частные СМИ стало усиливаться. К концу десятилетия они были полностью ликвидированы – без специального законодательного акта.

В первой половине 1920-х годов в Советской России частные издательства, в том числе периодические, активно множились. Они не занимали лидирующих позиций на рынке, но были заметны как культурный феномен НЭПа. Темы, которые они поднимали, были самыми разными: от коммерчески выгодных до субкультурных. Особенно показательной была деятельность частно-кооперативных модных журналов 1920–1930-х годов, чьи иллюстрации стали визуальной летописью трансформации отечественной моды. В этот период художники-авангардисты активно формировали новаторский графический язык и концепции костюма для нового общества, однако в 1930-е годы творческие поиски сменились жесткой стандартизацией, охватившей всю сферу легкой промышленности. Данные процессы ознаменовали становление советской модной индустрии с четким определением роли художника в рамках утверждавшейся эстетики социалистического реализма.

## **2.2 Отраслевые журналы мод довоенного периода**

Советский дизайн оформился как самостоятельная профессиональная область и инструмент государственной политики в начале 1960-х годов на фоне хрущевской «оттепели» и активного промышленного развития. Ключевым моментом этого процесса стало принятие постановления Совмина СССР от 28 апреля 1962 года «Об улучшении качества продукции машиностроения и товаров культурно-бытового назначения путём внедрения методов художественного конструирования», которое: 1) институционализировало дизайн-деятельность на государственном уровне; 2) создало нормативную базу для формирования централизованной системы художественного проектирования; 3) закрепило взаимосвязь между промышленным производством и эстетическими требованиями к продукции. В 1962 году вышло постановление, которое дало импульс развитию советского дизайна. Тогда же был создан Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики (ВНИИТЭ). Этот акт закрепил за дизайном статус синтетической дисциплины, которая сочетала художественные подходы с производственными задачами в рамках плановой экономики [93]. В результате

оформились две линии: художественное проектирование – опиралось на изобразительное искусство; художественное конструирование – на инженерные решения и осуществлялось через СХКБ и ВНИИТЭ. Тогда же, в 1962 году, при семи ведущих совнархозах появились художественно-конструкторские бюро – первые государственные структуры, занимавшиеся проектированием промышленных изделий. Правда, их реальное влияние на производство было незначительным. Учреждения работали над теорией и прикладными вопросами советского дизайна. Важную роль в этом играл журнал «Техническая эстетика» (с 1964 года, главный редактор – Соловьёв Ю. Б.). Отдельное развитие получила советская модная индустрия, формировавшаяся вокруг специализированных центров моделирования [46].

Советский дизайн костюма долгое время занимал периферийное положение в системе государственного дизайна, однако ситуация изменилась в середине 1930-х годов в рамках политики «советской культурности», которая реабилитировала моду как естественную потребность граждан. В этот период формируется централизованная система разработки одежды, включающая создание специализированных структур при швейных трестах в Москве, Ленинграде и других крупных городах [23]. Эти организации, ставшие прообразом будущих Домов моделей, первоначально ограничивались рекомендациями по индивидуальному пошиву, а не промышленному производству. В конце 1940-х годов начала складываться единая система моделирования. Её возглавил Общесоюзный Дом моделей одежды (ОДМО), созданный на базе Московского Дома моделей. В его состав вошли региональные центры в Ленинграде, Киеве, Минске и Риге. Восстановление модной индустрии после войны шло из Москвы. Ленинград в 1944 году ещё преодолевал последствия блокады. Окончательно всесоюзная система моделирования сформировалась к концу 1960-х годов. Сеть республиканских и региональных Домов моделей к этому времени насчитывала 30 учреждений. Так в СССР сложилась централизованная система проектирования одежды [37].

В 1930-е годы журнал «Моды сезона» издательства «Мосбельё» занимал в советской модной периодике особое место. Он отражал ведущие тенденции времени. На его страницах виден постепенный отход от авангардных экспериментов 1920-х годов: стиль унифицировался, подстраиваясь под новые идеологические установки. Оформление оставалось строгим. Обложки делались в лаконичном ключе, с сдержанной палитрой – чаще всего красные, синие и бежевые оттенки, геометрические шрифты. Внутри печатались детализированные графические иллюстрации моделей, внимание акцентировалось на конструкции кроя. Фон оставался нейтральным, что подчёркивало практическую направленность издания. Много места отводилось выкройкам и подробным инструкциям по шитью. Журнал служил практическим пособием и для швейных предприятий, и для домашних мастериц (рис. 42).

Московские модные издания 1930-х годов выделялись на общем фоне. Причина – ведущая роль МДМО в советском моделировании. В 1936 году трест «Мосбельё» выпустил первый номер журнала (рис. 43). Издание соединяло модную иллюстрацию и техническую документацию. К сезонным эскизам прилагались уменьшенные лекальные схемы и упрощённые графические изображения костюмов. Журнал имел прикладной характер и служил практическим руководством для швейных предприятий и домашних мастеров. Обложку для журнала выполнил Фаворский В. А. в технике ксилографии. Он построил классическую симметричную композицию с горизонтальным членением, где бытовые сцены сочетались с антиквенным шрифтом и неоклассической палитрой – так художник обращался к античным традициям. Внутреннее содержание резко контрастировало с обложкой: здесь экспрессивные рисунки с динамичными линиями, условными формами и яркими цветами соседствовали с первыми в советской печати фотографиями моделей. Выпуск объёмом 64 страницы (формат 30×21,8 см) выходил ограниченным тиражом. В нём сочетались традиционные художественные принципы и новаторские подходы к подаче модных образов.

Становление советской модной индустрии потребовало организации профильных учреждений – так при трестах «Мосбельё» и «Москвошвей»

появились первые Дома моделей. В начале 1930-х годов их реорганизовали в единый Московский Дом моделей в дальнейшем – Центральный, который перешёл в ведение Наркомлегпрома. Перед новой структурой была поставлена концептуальная задача по разработке оригинального советского стиля в области женского и детского платья. Возглавила это направление Надежда Сергеевна Макарова – профессиональный художник-декоратор, занявшая пост художественного руководителя сначала в Доме моделей треста «Москвошвей», а затем и в объединенном Московском доме моделей.

С середины 1930-х годов при Московском Доме моделей начала формироваться специализированная библиотека. Её фонд составляли как дореволюционные отечественные издания о моде, так и иностранные журналы, посвящённые высокой моде. Значительную часть коллекции представляли иностранные журналы, пропагандировавшие направления «от кутюр». При этом библиотечный фонд постоянно пополнялся актуальными зарубежными публикациями, что свидетельствовало о сознательном отказе руководства Дома от изоляции от западных модных тенденций. Это означало завершение периода экспериментаторства 1920-х годов в сфере моделирования одежды.

Весной 1938 года под редакцией Богдановой А. И. увидел свет специализированный журнал мод, издаваемый Московским Домом моделей. В журнале публиковались модели треста «Мосбельё»: рисунки женской и детской одежды шли вместе с выкройками, чтобы читательницы могли шить сами. Был и раздел о зарубежной моде. Сокращённая версия (рис. 44) выходила только с женскими и детскими моделями. По оформлению журнал был типичен для своего времени: обложка – двухцветный фотомонтаж с курортной сценой (красный и синий), рукописный шрифт, внутри – упрощённые рисунки, без объёма. Журнал выходил объёмом 32 страницы, формат – 62×87/32, тираж – 50 000 экземпляров. Полиграфия была невысокой, однако издание выполняло важную задачу: через него новые эстетические ориентиры проникали в массовое швейное производство.

Журнал «Модели сезона» начал выходить в 1920-е годы и очень быстро стал одним из самых известных в СССР. Даже в военные годы тираж держался на уровне

ста тысяч экземпляров. В журнале сочетались советские разработки и зарубежные образцы, но иностранные материалы всегда шли с оговоркой: советская мода подавалась как более правильная, более своя. Через публикации складывался образ идеальной советской женщины – ухоженной, начитанной, умелой в быту. Её аккуратный вид даже дома воспринимался как знак благополучия социалистической жизни. В годы войны регулярные номера перестали выходить, но моду поддерживали альбомы выкроек. Они создавались в осаждённом городе и работали не только как практическое пособие. Эти издания возвращали читателей к довоенной жизни, показывали красоту в повседневности и помогали верить, что мирная жизнь вернётся.

Журнал соединил в себе конструктивизм и зарождающийся соцреализм. На обложках – динамичная асимметрия, резкие геометрические шрифты, контраст красного, чёрного и белого, фотомонтаж. Внутри – функциональный дизайн. Модели одежды рисовали тушью или линогравюрой, выделяя конструктивные детали кроя. Фоном часто служили заводские цеха и промышленные объекты. Так подчёркивалась связь моды с производством. Технические схемы кроя были особенно ценны. Они превращали журнал в практическое пособие для швейных предприятий и для домашнего шитья. Тираж – около 15 000 экземпляров. Бумага простая, но графика на высоком уровне. Журнал хорошо пропагандировал успехи советской лёгкой промышленности. Но к 1932 году культурная политика поменялась. Авангардные черты стали уходить. Оформление становилось более традиционным. Это было частью общего движения к «успокоению» форм в советском искусстве начала 1930-х. Переход виден во втором выпуске 1939 года (рис. 45).

В 1930-е годы ленинградские модные издания занимали особое положение. И это не случайно: город был культурным центром, и такой статус многое определял. Среди них выделялся журнал треста «Ленинградодежда» под редакцией Аграновского Л. Обложка работы Васильева К. отличалась двухплановым построением: модели на переднем плане были смыслового связаны с пейзажным фоном. Шрифтовое решение эклектично – три декоративные гарнитуры.

Колористика выдержана в тёплых золотистых тонах с синими акцентами, что соответствовало весенне-летнему сезону выпуска (рис. 46). Формат издания – 53×70/4, тираж 5000 экземпляров, два полноцветных разворота. На страницах – эскизы Васильевой Э. А. и Медельского А. И., каждый с номером и кратким описанием. Художники изображали советских женщин в повседневных сценах, фигуры реалистичны, но рисунок плоский, без светотени, с декоративными линейными элементами на одежде. Такое оформление отражало основную задачу журнала – критический отбор и адаптацию западных модных образцов для советского потребителя в период становления отечественной системы моделирования.

Осенью 1936 года вышел первый «Альбом мод» треста «Ленинградодежда» (рис. 47) под редакцией Ускова Н. А. Художественное оформление выполнили Васильева Э. А. и Гроздова Н. С. Издание показало, как менялся графический язык: на обложке вместо традиционной иллюстрации появилась шрифтовая композиция, стилизованная под товарный знак Дома моделей, с тонкими декоративными элементами. Внутри – лаконичные решения: иллюстрации на однотонных или условно-декоративных фонах, по одной-две модели на странице, но манера изображения оставалась реалистичной. В альбоме было 40 страниц. Пять из них – полноцветные фальцованные складни. Их выполнили в сдержанной тёплой гамме, с плоскостными заливками. Получилось и практично, и выразительно – для того времени это типично. Формат издания (82×110/8) и тираж в 12 000 экземпляров говорят о растущем интересе советских покупателей к моде. При этом в оформлении ещё сохранялись черты соцреализма.

Весной 1937 года увидел свет первый номер журнала мод Ленинградского Дома моделей при тресте «Ленинградодежда» (рис. 48). И это событие вовсе не случайно совпало с общим разворотом советской швейной отрасли к самостоятельности. Редактором издания был Орёл С. С., а художественное руководство осуществляла Васильева Э. А., курировавшая вместе с творческой группой – Гроздовой Н. С., Эдигер Э. Э., Ясинской М. К., Медельским А. И. – и разработку материалов, и оформление обложки. В оформлении чувствуется свежий

подход: обложка с реалистичной иллюстрацией, где изящная линия удачно сочетается со шрифтом названия, хотя некоторые композиционные погрешности всё же дают о себе знать. Внутри – богатство приёмов. Панорамные виды Летнего сада, Петропавловской крепости и Адмиралтейства служат фоном для моделей, а рядом – многофигурные композиции, в которых детально проработаны элементы одежды, орнаменты и цвет. Издание большого формата (29,7×42 см) насчитывает 40 страниц на мелованной бумаге; тираж – 20 000 экземпляров. Журнал не только представлял новые модели, но и ставил задачи развития отечественной швейной промышленности, что знаменовало переход от копирования западных образцов к формированию самостоятельной советской школы проектирования одежды.

Ленинградский Дом моделей, запуская своё издание, ставил перед ним конкретную задачу: «отражать деятельность по созданию красивого советского костюма и определять общее направление моды в стране» [38]. За короткий, но плодотворный период 1937–1938 годов вышло несколько значимых номеров. Среди них – «Журнал мод: осень-зима 1937–1938 гг.» и «Журнал мод: выпуск третий 1938 года». По этим выпускам видно, как формировался оригинальный советский стиль – и в одежде, и в графике. От механического копирования западных моделей журналы постепенно отказывались, вырабатывая самостоятельную эстетическую концепцию. Эти номера сыграли важную роль в развитии советского моделирования, соединяя производственные задачи и творческие поиски в пределах идеологических норм.

Выпуск «Осень-зима 1937–1938 гг.» вышел под редакцией Черновского Н. Н. Для советской модной периодики он стал важной вехой. Журнал решительно отошёл от привычных решений. Обложка оказалась новаторской: шрифтовая композиция с выразительным декоративным рукописным шрифтом. Сверху приклеивалась карточка с моделями. Внутри концепция осталась прежней, но качество исполнения упало. Фигуры стали непропорциональными, костюмы – плоскостными, фоны – упрощёнными. Появились фотографии моделей. Однако печать ухудшилась из-за тонкой дешёвой бумаги. Тираж вырос до 30 000 экземпляров. Формат изменился – 68×96/2. Всё это отражало поиск компромисса

между художественными задачами и требованиями массового производства. Ресурсы были ограничены, но идеологическая функция – формирование советской модной эстетики – сохранялась (рис. 49).

В 1938 году вышел третий выпуск журнала мод – уже под редакцией Артемова Н. Я. И это издание знаменовало возврат к упрощённой графике, характерной для изданий 1934 года. От оригинального художественного стиля, который Дом моделей вырабатывал в предыдущие годы, пришлось отказаться. Качество издания заметно ухудшилось: формат уменьшился, тираж сократился до 15 000 экземпляров, бумага стала дешевле. Всё это отражало общую тенденцию конца 1930-х годов, когда приоритеты массового производства и экономии ресурсов начали преобладать над художественными поисками. Тем не менее журнал оставался верен своей миссии – продвижению достижений советских модельеров и распространению отечественных модных тенденций, строго соблюдая идеологические установки. Издание сочетал показ творческих успехов с воспитательной функцией, отражая официальный взгляд на моду как на важную часть культурного строительства социалистического общества (рис. 50).

21 июня 1938 года Ленинградское областное управление местной промышленности приняло постановление о ликвидации треста «Ленинградодежда». Его производственные мощности перешли к областному управлению лёгкой промышленности. Когда началась блокада, бывшие сотрудники модельной фабрики стали шить военное обмундирование. Этот вынужденный переход привёл к многолетнему перерыву в выпуске модных журналов. Отрасль пострадала серьёзно, а после войны издания возобновились. Но от прежней команды художников-модельеров практически ничего не осталось. Состав полностью сменился. Это стало поворотным моментом. Открылся новый этап в развитии советской модной индустрии. Теперь он определялся иными эстетическими принципами и новыми подходами к проектированию одежды.

В середине 1930-х Ленинградский Дом моделей взялся за новый проект – журнал «Модели детского платья» (1935–1936). Это не было случайным эпизодом. Так складывалась советская система моделирования одежды. Журнал не просто

печатали картинки с моделями. Он задавал официальный визуальный код для детского костюма. Своим появлением издание закрывало целый период – 1920-е – начало 1930-х, когда искали «пролетарскую одежду». И открывало следующий этап: канонизацию «советского стиля». В его основе – гигиеничность, рациональность и регулируемая эстетизация.

Обложка и всё оформление журнала были строго функциональными – как у официальных изданий производственного профиля. Композиция простая: название, выходные данные и схематичные рисунки детской одежды. Никаких фигурных изображений или декоративных элементов. Этим журнал и отличался от массовых модных изданий. Иллюстрации – только контурные чертежи с акцентом на конструктивные детали. Такой подход подчёркивал методическую направленность: важна точность данных, а не художественная выразительность. Цветовая палитра – один-два цвета. Это диктовалось и техническими возможностями печати, и ориентацией на функциональность профессиональной литературы.

Система модных журналов в республиках в 1920–1930-е годы только складывалась. Полноценными самостоятельными изданиями их не назовёшь. Чаще это были переработанные варианты центральных журналов или технические пособия для местного производства. И всё же через них шла советская идентичность: единые стандарты и ограниченное использование национальных мотивов.

Показателен в этом смысле харьковский журнал «Одяг». Оформление – строго функциональное, как наследие раннесоветского конструктивизма. Всё построено на чётком модульном принципе. Технические эскизы шли вместе с развёрнутой конструкторской документацией. А вот региональные приложения к общесоюзным журналам уже включали декоративные мотивы. Они отсылали к народной вышивке и орнаментальным традициям. Эти элементы появлялись в буквицах и маргиналиях.

Тбилисские ведомственные бюллетени отличались своим визуальным языком. В них европейская модная иллюстрация соединялась с грузинским

народным орнаментом. Иллюстративный ряд выполнялся в технике туши и акварели, с детальной передачей фактур тканей; декоративное обрамление и шрифты были выдержаны в стиле национальной эпиграфики. Такое же соединение наблюдалось и в азербайджанских изданиях, где геометрические восточные узоры выполняли роль структурного элемента, обрамляя конструктивные схемы и технические рисунки.

Армянский журнал «Армянский модельер» заслуживает отдельного упоминания. Его оформление отличалось сложной полихромией, восходившей к национальным цветовым традициям. На страницах журнала иллюстрации точно и живо передавали фактуру шёлка и кружева, акцентируя специализацию Армении на парадных костюмах. В среднеазиатских ведомственных альбомах подход был иным: там монохромные схемы соседствовали с реалистичными рисунками национальных головных уборов.

Типографика республиканских изданий строилась на билингвальном принципе: кириллические и национальные шрифты объединялись в сложные композиционные структуры. Для каждого издания пары шрифтов подбирались индивидуально, чтобы они визуальным образом дополняли друг друга, – так в каждой республике складывался свой неповторимый стиль. При этом общая схема вёрстки оставалась неизменной: расположение технических данных строго соответствовало единым производственным требованиям.

1930–1940-е годы, предвоенный период, – это время, когда советские модные журналы особенно активно впитывали европейское влияние, и ар деко здесь было главным источником. Но просто перенимать его никто не собирался. Этот стиль перерабатывали в соцреалистическом ключе – и появлялись свои, оригинальные приёмы. В оформлении было и строгое геометрическое решение, и изящная линия; традиционные узоры уживались с новаторскими композициями. Использовали контрастные цвета, декоративные шрифты – всё это делало журналы живыми и запоминающимися. Такой подход позволял одновременно соблюдать идеологические нормы и оставаться в русле европейских художественных процессов. Именно тогда и сложился тот самый характерный визуальный облик

советской модной графики. Этот баланс между официальными требованиями и творческими поисками позволил создать особую эстетику, которая, сохраняя политическую лояльность, не теряла связи с международными тенденциями в области модной иллюстрации.

### **2.3 Модные издания ведущих моделирующих организаций Советского Союза 1940–1980-х годов**

Развитие советской модной индустрии прошло несколько ключевых этапов: в 1930-е годы сформировалась швейная промышленность как значимая отрасль экономики благодаря государственной политике массового производства одежды, при этом в условиях «неонэпа» продолжалось издание модных журналов в стиле соцреализма, испытывавшем влияние ар деко с характерной геометризацией форм, орнаментальными мотивами, контрастной цветовой гаммой и акцидентной типографикой; в 1950–1960-е годы сложилась единая плановая система моды с сетью Домов моделей по всей стране, выпускавших богато иллюстрированные альбомы большого формата, которые популяризировали работу художников-модельеров и создание советского стиля одежды, при этом московские издания задавали основные тенденции, рижские служили проводниками европейской моды, а ленинградские синтезировали эти влияния в оригинальный художественно-графический стиль, формируя уникальный феномен социалистической модной индустрии.

В послевоенный период возрождается издательская деятельность в сфере моды, и в 1945 году под руководством Донской А. Л. публикуется дебютный номер «Журнала мод» (рис. 51). Как указывалось во вступительной статье, издание преследовало две основные цели: поддержку модельеров, художников и закройщиков в разработке новых образцов одежды и документирование творческих экспериментов в области моделирования [39]. Визуальное решение обложки, представлявшее поколенный портрет молодой женщины на фоне урбанистического ландшафта, выделялось тщательной детализацией костюма,

богатой палитрой с акцентом на глубокие синие тона и контрастным использованием рубленого шрифта в заголовке, что создавало узнаваемый графический образ издания. Внутри журнала были представлены 123 новые модели МДМО с указанием авторов, оформленные в разнообразной манере: от многофигурных бытовых сцен с эффектом многоплановости до сочетания цветных иллюстраций, черно-белых эскизов и фотографий, что демонстрировало поиск новых форм визуальной подачи модного контента в послевоенный период.

Параллельно с журналами в послевоенный период начался выпуск оперативных альбомов мод. Начиная с 1945 года ведущие художники Московского Дома моделей Голикова В. И., Куличева Т. С. и Черемных Т. М. разрабатывали 40-страничные альбомы новых моделей, выполненные в особой технике. После войны у иллюстраций костюмов появился свой устойчивый облик. Рисунки делали на пейзажном фоне, в монохромной коричневой гамме. Это помогало соединить техническую точность с выразительностью. Постепенно такой приём стал стандартом для изображения моделей одежды (рис. 52). С 1949 года под редакцией Бланка А. Ф. начали выходить альбомы «Модели одежды». Оформлением занимались сёстры Дейнека. Обложки строили симметрично, с бытовыми сценами в насыщенной зелёной палитре. Там же использовали декоративные шрифты, национальные орнаменты и стилизованные буквы. Так подчёркивался многонациональный характер советской моды. Внутри альбомов модели были поданы лаконично: линейный рисунок и цветная заливка на белом фоне. Вместе с журналами эти издания сделали ОДМО главным источником модной информации в СССР. В них видно и художественное единство системы, и внимание к национальным традициям республик (рис. 53).

После войны ОДМО стало главным источником модной информации в СССР. И альбомы «Модели одежды» сыграли здесь не последнюю роль. Они начали выходить с 1949 года под редакцией Бланка А. Ф., а оформляли их сёстры Дейнека. Обложки – симметричные, с бытовыми сценами в насыщенной зелёной палитре. Декоративные шрифты, национальные орнаменты, стилизованные буквы – всё это подчёркивало многонациональный характер советской моды.

Ещё раньше, в первые послевоенные годы, у иллюстраций костюмов появился свой канон: пейзажный фон, монохромная коричневая гамма. Это позволяло соединить техническую точность с выразительностью, и такой приём стал стандартом для изображения моделей (рис. 52). Во вступительной статье издание названо «первым опытом разработки моделей одежды» [73]. Внутри альбомов модели представлены лаконичными линейными рисунками с цветной заливкой на белом фоне. Всё вместе – журналы и альбомы – демонстрировало и художественное единство системы, и внимание к национальным традициям республик (рис. 53) (рис. 53).

1952 год стал отправной точкой для рижского модного журнала. Рижский Дом моделей начал выпускать двуязычное издание «Рижские моды» (на латышском и русском). Журнал быстро приобрёл индивидуальность – обложка с поясным портретом модели, узнаваемый шрифт. Внутреннее оформление удивляло цветовыми решениями, игрой света, динамикой линий, а каждая модель имела авторское описание. Правда, из-за обилия декоративных элементов и фигур страницы выглядели перегруженными, и модели было трудно рассмотреть. Ответственной за этот уникальный стиль была Грохольцева О., глава Рижского Дома моделей. Её сестра, жившая в Сан-Франциско, регулярно присылала свежие выпуски «Vogue», что давало рижским дизайнерам возможность следить за мировыми трендами. Это позволило журналу, не нарушая идеологических норм, выработать оригинальный визуальный почерк, в котором международные влияния сливались с латышскими художественными традициями.

Любопытно, что уже по обложке «Рижских мод» 1952 года видно, как декоративный ар деко уступает место более сдержанному функциональному дизайну. Для послевоенного времени это вполне ожидаемо, хотя профессиональные традиции полиграфии, конечно, сохраняются. Основной акцент сделан на шрифтовом решении. Название набрано геометрическим шрифтом с упрощёнными очертаниями, без лишнего декора. В этом – общая тенденция начала 1950-х к утилитарности. Контраст чёрного текста на светлом фоне создаёт строгое и вместе с тем элегантное впечатление. Оно соответствовало духу времени, когда сдержанность и практичность стали главными эстетическими ориентирами.

Композиция остаётся традиционной – центрированной, но в целом выглядит более лаконичной. Связано это может быть как с идеологическими установками, так и с экономическими ограничениями послевоенного периода. В целом оформление отражает стремление найти равновесие между высокими стандартами рижской школы графики и требованиями новой эпохи. Перед нами эволюция от изысканности довоенного времени к функциональности послевоенного (рис. 55).

После войны ленинградский Дом моделей восстанавливали с большим трудом. Практически всё приходилось начинать заново. Документы о воссоздании были подписаны ещё в 1944 году (приказ Наркомата лёгкой промышленности РСФСР от 14 августа № 362), однако реально учреждение приступило к работе лишь в 1946 году [23]. В начале 1950-х годов в деятельности Дома моделей наступил новый этап: возобновился выпуск «Альбомов мод» с сезонными коллекциями для женщин, мужчин и детей. Эти издания не просто знакомили с новыми моделями – они ввели обновлённый фирменный знак. Основой для нового знака послужил облик «Дома Мертенса» на Невском проспекте – в это здание учреждение перебиралось постепенно, в течение 1951–1959 годов. Данный период обозначил смену ориентиров советской модной индустрии: в те годы происходил отказ от сугубо утилитарного, военного подхода к одежде – эстетика возвращалась, одежда снова становилась красивой. Это заметно и по обновлённому оформлению изданий, и по тому, как Дом моделей формировал собственный, неповторимый стиль [49].

В конце 1952 года вышел первый номер «Альбома мод» Ленинградского Дома моделей. Он был посвящён моделям осенне-зимнего сезона 1952–1953 годов (рис. 56). Редактором в те годы (вплоть до 1958-го) работала Каминская В. Г. Оформлением занимались художницы Бобровская О. Ф. и Дмитриева Е. С. У журнала сложился собственный стиль: на обложке – поясной портрет модели, шрифт рукописный, узнаваемый, формат увеличенный, альбомный (72×100/8), на титульном листе – информация о расширении публикаций. Внутри журнала – карандашные рисунки. Штриховка выразительная, светотень объёмная. Моделей часто показывали группами: на фоне ленинградских пейзажей, тоже карандашных,

или на простом фоне. Печатали в основном чёрно-белым. Цветных вкраплений стало чуть больше, но полиграфия тогда ещё не тянула на большее. Тираж – 10 000 экземпляров. По нынешним меркам скромно. Но и при таком тираже журнал много значил для послевоенной советской моды. Он соединял смелые творческие идеи с реальными задачами конструирования одежды. Именно такие издания толкали моделирование вперёд. В них видно, как в ту эпоху сочетались художественный поиск и нужды массового производства.

Показательно, что выпуск «Альбом мод: весна-лето 1953 года» стал важным шагом в эволюции советских модных журналов. И это не случайно: в нём соединились традиционные цветные иллюстрации и чёрно-белые фотографии, которые тогда только входили в практику. Их делали Иванов С. П. и Лаптев С. Д. Художественный уровень заметно вырос. Рисунки стали более профессиональными – с хорошо проработанной светотенью, чёткими линиями и продуманной цветовой палитрой. Особое внимание уделялось прорисовке деталей костюмов – текстур, орнаментов, мелких элементов. Издание стало более практичным: появилась вкладка с пояснениями к чертежам и схемами для самостоятельного пошива. А на последней странице разместили рекламу обувных фабрик и аксессуаров – это свидетельствовало о том, что модные журналы всё больше ориентировались на коммерческие задачи. В целом новации этого выпуска демонстрировали попытку совместить красоту и пользу, задавая новые ориентиры для модной периодики в СССР (рис. 57).

Осенью 1953 года в «Альбоме мод» сменилось художественное руководство. Журнал возглавил Хоппер Г. А., а художниками-оформителями стали Алмазова Н. А. и Бриед М. А. Перемены не заставили себя ждать: обложка теперь оформлялась портретом модели в полный рост на фоне ленинградских архитектурных памятников. В весенне-летнем выпуске впервые появилось имя автора обложки – художницы Тороповой Л. Е. Улучшилось и внутреннее содержание. Все модели – женские, мужские, детские – получили номера, краткие описания и указание авторства. Рисунки выполнялись в единой манере: выразительная линия, насыщенный цвет, активная светотень. Выходил журнал два раза в год – осенью и

весной. При этом тираж вырос с 10 000 до 25 000 экземпляров, что наглядно говорило о растущей популярности издания и интересе советских потребителей к моде.

Журнал был похож на западные издания не случайно. Всё дело в методико-творческом кабинете, который появился при Доме моделей в 1951 году. Кабинет этот собрал впечатляющую коллекцию – чего там только не было: старые и свежие журналы мод, начиная с XIX века, искусствоведческие труды, исследования национальных костюмов народов СССР, альбомы с эскизами самих сотрудников. Всё это позволяло видеть, как развивалась мода в мире, и одновременно – как работал сам Дом моделей. Словом, и для ума, и для дела. Особенно ценилась возможность работать с самыми свежими западными журналами – «Elle», «Officiel», «Vogue», «Harper's Bazaar», «Linea Italiana». Их на время приносили из Публичной библиотеки, чтобы художники были в курсе того, что происходит в мировой моде [33]. Такая система – и основательная, и быстрая – помогала Дому моделей вырабатывать свой собственный, узнаваемый почерк в модной иллюстрации, при этом не отрываясь от международного контекста.

Осенью 1954 года в оформлении журнала произошли серьёзные перемены. Издание начали печатать в таллинской типографии «Октобер», и это сотрудничество продолжалось до 1958 года. Тогда же к работе подключились латышские художники – Каарма М. Я., Клаус Л. Я., Ремме С. А. и Алас В. Ю. Их приход определил новый облик журнала: иллюстрации стали более экспрессивными, с контрастной светотенью, акварельными штриховыми заливками и чёткими контурами, что сближало их с американской рекламной графикой 1950-х годов. Бытовые сцены ушли, их место заняли стилизованные позы моделей на фоне цветных плоскостей. Композиция разворотов стала сложнее: фигуры располагались в разном масштабе, модели группировались вариативно, акцент делался на силуэтах, цветовых решениях и фактурах тканей, активно использовались аксессуары. Эти изменения особенно заметны в заключительном выпуске осени 1958 года (рис. 58). Параллельно с основным журналом выпускались тематические приложения (включая «Альбом вышивок и отделок»

1954 года), а с 1957 года издание сменило название на «Моды», сохранив творческий коллектив и продолжив выходить в 1960-е годы.

Примечательно, что прибалтийские художники, участвовавшие в создании ленинградского «Альбома мод» 1950-х годов, первоначально работали над оформлением журнала «Рижские моды», издававшимся с 1952 года Рижским Домом моделей (основан в 1949 году), который считался одним из лучших в СССР. Анализ стилистики показывает явное сходство между ленинградским и рижским изданиями, особенно в оформлении обложек – как видно на примере выпуска «Rigas Modes 1958–1959 гг.» (рис. 59), где использована характерная поколенная композиция с женской моделью и фирменным шрифтовым решением, сочетающим две контрастные гарнитуры. Схожими оказались и принципы стилизации рисунка, его графической подачи и композиционного расположения. Рижские художники выработали особую экспрессивную стилистику, характеризующуюся смелым использованием ярких открытых цветов, резкими светотеневыми контрастами и динамичными графическими штрихами. Оформление внутри журнала было ярким, даже перегруженным – иногда это мешало восприятию. Но при этом чувствовался профессионализм: к каждой модели прилагалось имя автора, что говорило об уважении к дизайнерам и соблюдении их прав. Стиль журнала во многом определяла его руководительница – Ольга Грохольцева. Она возглавляла Рижский Дом моделей и была дизайнером. А благодаря её сестре, которая жила в Сан-Франциско и присылала свежие номера «Vogue», Грохольцева всегда знала, что происходит в западной моде. И это вовсе не случайно: рижское издание следило за мировой модой, но при этом не утрачивало собственного облика. Такое равновесие, пожалуй, и было его отличительной чертой.

Любопытно, что с 1960-х Ленинградский Дом моделей стал публиковать «Альбомы зарисовок моделей одежды с чертежами кроя» – и сразу в двух версиях. Одна, премиальная, стоила 20 рублей, на уровне альбома «Моды». Здесь были цветные иллюстрации и выкройки единого размера. Тираж всего 10 000 экземпляров, поэтому издание воспринималось как элитное. Другая версия стоила

8 рублей. Её печатали в один цвет, моделей было меньше, бумага хуже. Зато тираж в 2,5 раза больше.

Показательно, что обложка «Альбомов зарисовок моделей одежды с чертежами кроя» 1961 года демонстрирует характерное для начала 1960-х соединение модернистской типографики и авангардного визуального языка. Крупный гротескный шрифт основного заголовка противопоставлен более мелким, но ритмически выверенным строкам, что придаёт композиции динамику. Цветовая гамма, скорее всего, монохромная или близкая к ней, акцентирует функциональность и экспериментальный характер издания. Во внутреннем оформлении – та же геометрическая стилистика: модульная вёрстка сочетается с абстрактной графикой, где строгость формы соседствует с художественной смелостью (рис. 60).

К середине 1960-х издание ЛДМО изменилось коренным образом. Ещё недавно это был традиционный альбом, а теперь – иллюстрированное обозрение с фотографиями. Переломным стал второй номер 1965 года: журнал переименовали в «Моду» и стали выпускать под двойным названием – «Мода» и «Моды». Так обозначился новый курс. До этого, в 1959–1960 годах, выходили «Модели сезона» малыми тиражами, а альбом «Моды» продержался до 1965-го. Одновременно с переменами начали печатать тематические подборки: блузы и юбки, детские, мужские, молодёжные номера и выпуски для полных женщин. В них ещё сохранялись рисованные иллюстрации. А основной журнал «Мода» делал ставку на фотографии и аналитические материалы о трендах. Новшеством стали полноразмерные выкройки – они сильно упростили индивидуальный пошив.

Авангардный подход к шрифтовому дизайну – вот что заметно на обложке «Моделей сезона» 1961 года. Для середины XX века это характерно. Вертикальная композиция из рубленых шрифтов разных размеров создаёт энергичный ритм. Монохромность и отсутствие декоративных излишеств отсылают к эстетике конструктивизма и швейцарской школы. Текст выступает самостоятельным графическим объектом. Необычные словесные конструкции и сознательное нарушение грамматических форм типичны для экспериментальных малотиражных

изданий 1960-х. Тогда типографика становилась средством визуальной коммуникации. На внутренних страницах рисунки моделей тщательно проработаны. Их стилизация варьируется от исторических костюмов до современных направлений. Это подчёркивает актуальные тренды и креативность дизайнеров. Оформление текстов внутри также продумано: иллюстрации дополнены краткими пояснениями. Это повышает информативность и вовлекает читателя (рис. 61).

Крупный гротеск в верхней части обложки – это название журнала «Мода». Оно задаёт композиционный центр. Ниже – подзаголовок, набранный мельче, с засечками, что создаёт иерархию. Типографика подчинена принципам функционального дизайна: симметричная структура и чёткая организация элементов обеспечивают визуальную ясность. Цветовое решение построено на сочетании глубоких бордовых, коричневых и тёмно-зелёных оттенков. Контрастные белые или кремовые вставки акцентируют сезонную направленность выпуска. Графический ряд включает стилизованный женский силуэт в пальто или декоративный орнамент. Внутреннее наполнение состоит из проработанных иллюстраций и фотографий, представляющих осенние образы в различных ракурсах. Рисунки выдержаны в реалистической манере, с детальной передачей фактур тканей и конструктивных решений – это свойственно советской графической традиции. Тексты набраны удобным шрифтом с засечками, размещены в колонки и дополнены описаниями материалов и особенностей кроя. Рубрикация организована с помощью полужирных заголовков и цветовых маркеров. Обложка «Моды» за 1967 год тематически связана с осенними коллекциями и является характерным примером советской модной графики середины XX века (рис. 62).

Увидеть моду в развитии – от идеи до готового изделия – позволял особый подход. С 1972 по 1977 год «Мода» издавалась ежеквартально как иллюстрированный журнал одежды. К нему регулярно выходили дополнения: пособие по шитью «Шейте сами» с выкройками и специальный выпуск для детей. Коллекции Ленинградского Дома моделей одежды (ЛДМО) показывались с

помощью цветных и чёрно-белых фотоснимков. К каждой модели указывалось имя автора-модельера. В изданиях отмечали модели, для которых давались полноразмерные выкройки на конкретные размеры. В журнале публиковались подробные описания моделей и аналитические материалы специалистов Дома моделей о современных направлениях моды.

В 1972 году «Мода» выглядела сбалансированно – как и подобало советскому изданию тех лет. Практичность здесь уживалась с выразительностью. На страницах – и детальные реалистичные иллюстрации с тщательно проработанными элементами одежды, и постановочные фото на нейтральном фоне. Такое сочетание позволяло ясно показать силуэты и фактуру тканей, не отказываясь от декоративности. Вёрстка – симметричная, уравновешенная, с чётким разделением рубрик. Текст набирали классическими шрифтами с засечками. Заголовки выделяли полужирным или контрастным цветом. Цветовая гамма обложек и разворотов чаще всего приглушённая, «осенняя»: бордовый, коричневый, оливковый. Иногда – редкие яркие акценты. Так отражалась установка на практичность и долговечность. В оформлении прослеживались черты соцреализма. Но к концу 1970-х усилилось влияние западных модных журналов: вёрстка стала смелее, появились крупные шрифты, более яркие цвета. Это говорило о постепенном смягчении визуальных норм советской периодики (рис. 63).

Оформление журнала «Мода» 1977 года отражает стилистику советской эпохи. И это не случайно: иллюстрации и фотоснимки выполнены в реалистичной манере, с тщательной прорисовкой летних платьев, а модели изображены в статичных позах на нейтральном фоне – что позволяет выделить фактуры и вышивку. Композиция отличается чёткой структурой: текстовые описания набраны в одну колонку классическим шрифтом с засечками, иллюстрации пронумерованы. Цветовая гамма сдержанная, летняя – жёлтые, красные, белые оттенки, с вкраплениями рыжего меха и графичными линиями кроя. Типографика решает практические задачи: заголовки выделены полужирным, а подписи к моделям – курсивом с номерами. Так создаётся баланс между информативностью

и визуальной строгостью, типичный для официальных журналов Домов мод СССР (рис. 64).

В 1940–1980-е годы модельные издания выходили не только в столице. Свои журналы появились в республиках и областях РСФСР. Их облик менялся: после войны – строгая типографика, позже, в застойные годы, – обильный декор. Через оформление читатель знакомился с местными традициями и вкусами. Но при всём разнообразии эти издания держались в рамках общей советской эстетики и идеологии.

Местные модные издания выходили в Свердловске, Горьком, Новосибирске, Ростове-на-Дону. Это были «Бюллетени мод» и альбомы. Их оформление позволяет увидеть, как региональная графика развивалась в общесоюзном контексте. В 1940–1950-е годы визуальный язык этих изданий, при всей ориентации на столицу, отличался практической направленностью. Рисунки в технике туши и акварели – лаконичные и конструктивные. Художники делали акцент на силуэте. Это отвечало запросам местной промышленности.

Региональные бюллетени, в отличие от центральных, имели ярко выраженные локальные черты. И это не случайно: в уральских изданиях (Свердловск) появлялись индустриальные символы – шестерни, кристаллы, элементы заводской архитектуры. Сибирские журналы (Новосибирск) предпочитали природные мотивы: стилизованный кедр, соболей, волнообразные линии, восходящие к местным традициям. Ростовские издания использовали казачьи орнаменты – сложные растительные переплетения.

Ближе к концу советской эпохи оформление региональных бюллетеней заметно поменялось. В русле общего курса на визуальное усложнение макеты становились ярче и насыщеннее. Фотография соседствовала с рисованными иллюстрациями – так возникала смешанная эстетика. Однако полиграфия оставалась слабым местом. Мелованная бумага почти не применялась. Цвета были тусклыми, печать – нечёткой.

Если смотреть по территориальному принципу, советские модные издания распадаются на две группы. И это не случайно: к первой относятся центральные

издания. Среди них – «Каталоги Конгресса мод стран социализма», которые позже стали называться «Мода стран социализма», а также «Журнал мод» и «Модели сезона».

Альбом, выпущенный к XII Международному конгрессу мод в 1961 году, решён в лаконичном стиле. И это не случайно: крупный рубленый шрифт заголовка и подзаголовка контрастирует с тёмным фоном, что вполне отвечает духу оттепели с её международной ориентацией. Иллюстрации на обложке отсутствуют – так было принято в профессиональных изданиях того времени. Зато строгая типографика, шрифты без засечек, чёткая иерархия и левостороннее выравнивание явно свидетельствуют о влиянии западных школ дизайна. Внутренние страницы содержали чёрно-белые репортажные фотографии с международных форумов. Рядом – технические рисунки моделей с геометрическими линиями кроя, типичными для ранних 1960-х. Колористическая гамма строилась на сдержанных серо-голубых тонах. Красные графические акценты появлялись только в конструктивных схемах (рис. 65).

В республиканскую группу входили издания, которые выходили стабильно и печатались солидными тиражами. Среди них – эстонский «Силуэт» в оригинале – «Siluett», латвийские «Рижские моды», а также продукция Киевского Дома моделей и Дома бытового обслуживания. Эти журналы расходились по всей стране – их можно было найти и в центре, и на Дальнем Востоке, и в Приморье. Читатели их ждали, и они никогда не залёживались на прилавках.

Издаваемый Киевским Домом моделей журнал «Модели сезона» укр. «Моделі сезону» отличался активным использованием народных мотивов и яркой колористикой. В иллюстрациях 1950–1960-х годов заметно влияние украинской миниатюры и лубка: плотная композиция, локальные цвета, орнаментальные обрамления. К 1970-м годам эти фольклорные элементы стилизовали и адаптировали, включая их в фотоколлажи, что позволяло сохранять стилистическое единство с современными веяниями.

Таллинские «Моды Эстонии» и рижский «Силуэт» задавали тон в оформлении модных изданий. В их макетах использовались принципы

скандинавского дизайна: сдержанность, асимметричные композиционные приёмы и новаторские типографические решения. С конца 1950-х годов фотография стала главным средством визуальной коммуникации, постепенно отодвигая рисованные иллюстрации на второй план. Благодаря ориентации на европейские графические стандарты, эти издания выглядели современно и выделялись среди других советских журналов.

Сдержанное оформление и повышенная информационная нагрузка – так выглядели советские журналы моды 1970–1980-х годов. Весенний «Силуэт» 1967 года (март–апрель–май) это подтверждает. Обложка решена функционально. В центре – заголовок рубленым шрифтом. Он обозначает главную тему: блузон-костюмы и брючные ансамбли. Текстовая часть построена на чёткой иерархии рубрик с абзацными отступами, создающими ритмическую структуру. Колористика ограничена белым фоном и двумя-тремя контрастными цветами: синим, красным, чёрным. Это соответствует стилю утилитарных изданий. Визуальный ряд – схематические рисунки выкроек, чёрно-белые фотографии моделей в спортивных костюмах и пиктограммы с практическими советами. Все элементы подчинены идее доступной моды для повседневной жизни (рис. 66).

Отдельную подгруппу составляют менее распространённые республиканские издания. И это не случайно: «Модалар» в Алма-Ате, «Моды» в Ташкенте, минская периодика, «Моды Молдавии», пермские выпуски – все они сюда входят. При этом между ними наблюдались серьёзные различия в объёме и качестве. Причина – разные возможности региональных издательских проектов.

Глубокие, драматичные цвета – золото, охра, киноварь – сразу задавали особую атмосферу. Так выглядели закавказские издания, и бакинский «Азербайджан модалары» здесь не исключение. Богатая орнаментика и насыщенная символика служили выражению национальной идентичности. Внутри – контраст: строгие технические рисунки моделей и декоративные элементы. Рамки, заставки, буквицы стилизовали под ковровые орнаменты, чеканку, каменную резьбу.

Передавая дух «восточной роскоши», ташкентская «Узбекская мода» строила изображение на нескольких приёмах. Моделей помещали на фоне архитектурных памятников. В декоре применяли мотивы ичкирика и растительные орнаменты. И особенно тщательно прорисовывали фактуру тканей – адраса, бекасаба, шёлка.

На внутренних страницах «Моды Молдавии» 1969 года иллюстрации моделей выполнены с вниманием к деталям. Шрифтовое оформление меняется в зависимости от рубрики – чтение становится динамичнее и увлекательнее. Рисунки дополнены краткими комментариями и описаниями: это повышает информативность и вовлекает читателя. Но уже обложка привлекает продуманным сочетанием графики и типографики. Цветовая гамма варьируется от яркой и насыщенной до более сдержанной. Общий стиль подчёркивает уникальность журнала и создаёт впечатление изысканности и профессионального уровня (рис. 67).

Иллюстрированные альбомы советских Домов мод выполняли сразу несколько задач. Они служили и идеологии, и художественному поиску, и практическим нуждам производства. Сама система, при которой эти альбомы создавались, сложилась в 1940–1980-е годы. По всей стране работала сеть Домов мод – централизованная и подчинённая общему регулированию. Большеформатные издания тщательно прорабатывались. Западные веяния в них не копировались напрямую, а переосмыслились под запросы советского потребителя. Ленинградские художники, например, ориентировались на «Elle», «Vogue», «Harper's Bazaar» и «Рижские моды». Благодаря этому в советскую моду проникали актуальные направления – скажем, «New Look» Кристиана Диора. Ленинградская периодика тех лет позволяет увидеть весь путь: от первых опытов до отлаженной государственной машины регулирования моды.

## 2.4 Модные журналы позднего СССР

Два ключевых процесса определили трансформацию советской модной периодики в середине 1980-х – начале 1990-х годов: распространение западных переводных изданий и сдвиг в потребительских интересах. Под их влиянием специализированные журналы о моде уступили место изданиям широкого профиля. Так начался переход от традиционных модных каталогов к журналистике, совмещавшей моду с обсуждением актуальных социальных тем.

Этот переходный период, пусть и недолгий, оставил заметный след в истории российской модной прессы. Именно тогда традиционные советские журналы мод пережили свой последний расцвет, трансформировавшись в универсальные издания. Заккрытие издания в начале 1990-х было вызвано двумя основными причинами: выходом на рынок новых российских и зарубежных журналов и упразднением советской системы Домов моделей, являвшихся производственной базой для этих публикаций. Историческую ценность этому периоду придает работа в редакциях ведущих изданий («Журнал мод», «Модели сезона», «Стиль») таких профессионалов, как Тер-Маркарян М., Михайловская О., Мановцев А., Орлова Л. и др. Эти специалисты (журналисты, фотографы, визажисты и стилисты) впоследствии стали основоположниками современной российской модной индустрии, успешно адаптировав наработанный опыт к новым медиапроектам.

В 1987 году на советский рынок впервые вышел международный немецкий журнал мод «Burda», ознаменовавший новый этап в развитии отечественной модной прессы. Западное издание появилось, но советские журналы конца 1980-х остались верны своей аудитории. Московские «Журнал мод» и «Модели сезона», ленинградский «Стиль», таллинский «Силуэт» – все они держались практического подхода. Главное для них – как сшить одежду самому. И вот что интересно: выпускали их Дома моделей, которые работали на лёгкую промышленность. А готовой одежде они почти не уделяли внимания. Ленинградский «Стиль» с приложением «Практичная мода» – один из самых интересных журналов того времени. Там было всё: выкройки, эскизы модельеров, статьи о дизайнерах,

репортажи с показов, исторические обзоры. По структуре он напоминал «Ателье» 1920-х. Тот журнал тоже умело сочетал практическое руководство, разговор о стиле жизни и серьёзный анализ моды как искусства.

В 1980–1990-х годах советские модные журналы стали выглядеть совсем иначе. Технические рисунки, которые долго были главными, заменила художественная фотография. Но дело не только в полиграфии. Изменилось само отношение к моде. Раньше её считали просто практичной вещью. Теперь она стала частью того, как человек себя понимает. К концу десятилетия мода превратилась в способ выразить себя и отразить перемены в обществе.

В «Моделях сезона» 1988–1990 годов фотосессии заметно изменились. Статичные студийные кадры ушли. На их место пришли динамичные уличные репортажи. Вот пример: весенний номер 1989 года. Коллекцию плащей и костюмов снимали на фоне знаковых московских зданий. Часть съёмок прошла на Арбате – модели смешивались с толпой прохожих. Другая часть – у современных жилых комплексов в Тёплом Стане. Эти кадры показывали не просто одежду. В них была атмосфера городской жизни – та самая, что созвучна духу перестройки.

1990 год стал для «Журнала мод» годом смелых экспериментов. И это не случайно: на смену привычным студийным съёмкам пришли кадры, снятые в настоящей жизни. В офисах, лабораториях, за компьютерами. Моделей фотографировали за рабочими столами с IBM, в переговорных с импортной мебелью. Это был не просто показ одежды – так рождался образ деловой женщины, уверенно входящей в новый мир совместных предприятий и западных технологий. Другая серия была сделана в научных центрах: там модели демонстрировали костюмы для женщин-учёных – строгие, но стильные. Эти кадры стали визуальной летописью перемен: они показывали не только моду, но и то, как менялась сама страна.

Техническая сторона съёмки в конце 1980-х годов заметно изменилась. С 1988 года фотографы начали использовать новые приёмы: съёмку с проводкой, широкоугольную оптику, сложные многоплановые световые схемы. В осеннем номере «Моделей сезона» 1989 года впервые применили цветные фильтры и

тонирование – это придало кадрам художественную выразительность. Улучшилась и полиграфия: теперь можно было передавать тонкие цветовые переходы и фактуру тканей с высокой точностью.

В 1990–1991 годах главным принципом визуальной стилистики стали естественность и движение. Снимки всё чаще делали на ходу – модели в процессе ходьбы, разговора, повседневных действий. Так рождалось ощущение неподдельной жизни, спонтанности, которая была полной противоположностью постановочным студийным фото начала 1980-х. Поменялся и подход к композиции: центральное расположение уступило место диагональным и асимметричным построениям.

Эволюция визуального языка модных журналов в 1980–1990-е годы ознаменовала конец целой эпохи. Мода больше не проводила идеологические установки. Она получила новое качество. Стала средством личного самовыражения. И инструментом конструирования идентичности. В условиях, когда социальная реальность менялась.

В 1990 году «Силуэт» запечатлел переломную эпоху. Советская практичность здесь соединилась с западными веяниями. Типографика стала главным выразительным средством. Крупные рубленые шрифты в заголовках – и наклонные подзаголовки рядом. Контраст. Цветовая гамма: чёрно-белый фон плюс яркие акценты – красный, синий. В графике – стилизованные силуэты и фотографии моделей. Формы объёмные, как в конце 1980-х. Часто использовали коллаж. Это придавало журналу современный вид. Асимметрия, «рванные» края, геометрические элементы – всё это дух перестройки. Но ясность подачи материала сохранялась. Оформление балансировало между практичностью и гламуром. Оно стало визуальным знаком перемен на рубеже десятилетий (рис. 68).

Читателю «Журнала мод» нужна была определённая подготовка. Издание задумывалось как синтетическое – на его страницах встречалось разное. Мода и домоводство. Стиль и общественно-политические рубрики. Обзоры международных коллекций, особенно парижских и из соцстран. Исторические статьи о Ламановой Н. П. соседствовали с руководствами по шитью. Главной

оставалась просветительская задача. Журнал учил понимать моду, помогал собирать гардероб, формировал представления о женственности. Но просветительство это было консервативным. Авторы часто не замечали того, что происходило вокруг. Образы, которые они создавали, жили скорее в прошлом, чем в настоящем.

1989 год. Переломное время – и московский «Журнал мод» его отразил. На страницах ещё держалась консервативная советская эстетика, но уже пробивались первые западные веяния. Обложки чаще всего украшали студийные фотографии моделей в одежде от московских Домов мод. Фон – нейтральный или с узнаваемыми городскими силуэтами. Цветовая гамма оставалась сдержанной: бордовый, бежевый, тёмно-синий. Изредка – яркие акценты. Типографика сохраняла функциональность. Строгие шрифты с элементами ар деко, чёткая рубрикация. Внутри сочеталось привычное и новое. Практические материалы – выкройки, технические рисунки – соседствовали с интервью с дизайнерами и репортажами с показов. Композиция оставалась лаконичной, без излишней вычурности. Но уже намечался переход к более динамичному дизайну – тот, что предвещал гляцевую революцию 1990-х. Этот уникальный стиль балансировал между традиционной полезностью и зарождающимся модным нарративом. Он и сделал издание визуальным документом своей эпохи (рис. 69).

Студийные фотографии моделей – вот что чаще всего попадало на обложку «Журнала мод» в 1989 году. Одежда от московских Домов мод. Фон нейтральный или с узнаваемыми городскими силуэтами. Цвета сдержанные: бордовые, бежевые, тёмно-синие. Иногда – яркий акцент. Типографика функциональная. Строгие шрифты с элементами ар деко, чёткая рубрикация. Внутри – сочетание привычного и нового. Практические материалы, выкройки, технические рисунки. И рядом – интервью с дизайнерами, репортажи с показов. Композиция лаконичная, без излишеств. Но уже чувствуется переход к более динамичному дизайну. Тому самому, что предвещал гляцевую революцию 1990-х. Этот стиль балансировал между традиционной полезностью и зарождающимся модным нарративом. Так издание и стало визуальным документом своей эпохи (рис. 69). Московский

«Журнал мод» 1989 года отразил переломное время: консервативная советская эстетика и первые западные веяния уживались в нём рядом. Журнал не ограничивался тем, чтобы просто показать, что сейчас носят. Он учил читательниц понимать, как работает мода: как из одной базовой идеи создаются разные модели, как меняются силуэты и почему. Это был разговор на равных, а не просто инструкция.

В конце 1980-х «Журнал мод» и «Модели сезона» начали открывать для читателей закулисы советской моды. Они публиковали работы дизайнеров ОДМО, рассказывали об их коллекциях и о том, как они оценивают мировые тенденции. Но была одна проблема: всё приходилось делать из отечественных материалов – и это была настоящая головная боль. Ткани, фурнитура, аксессуары – вечный дефицит. И всё же модельерам удавалось создавать вещи, которые выглядели современно. Даже более того: часто их модели были удивительно похожи на западные образцы – например, на работы Кардена. В «Моделях сезона» это особенно бросалось в глаза: зарубежные и советские коллекции подавались так, что различия между ними были минимальными.

В конце 1980-х «Журнал мод» и «Модели сезона» открыли для себя авангард. Они много писали о Таллинском фестивале моды 1988 года. В «Моделях сезона» отмечали, что независимые модельеры затмили штатных дизайнеров госпредприятий – их работы признали самыми перспективными. Самым ярким событием стала победа ленинградских дизайнеров Меликовой Н. и Чельшевой С. Их коллекция «Аэлита» получила приз за «наиболее оригинальное творческое решение». Это укрепило позиции Ленинграда как столицы модного авангарда (наряду с Ригой). С 1990 года «Журнал мод» регулярно публиковал работы авангардных дизайнеров – в основном из Ленинграда – с подробными комментариями [91]. А до этого была обложка «Моделей сезона» № 2 за 1988 год. С «Аэлитой». Восторженные отзывы. «Подлинный полёт творческой мысли». Женственность и дерзость. Сила и изящество. Этот успех продолжил череду побед ленинградских модельеров.

Издание «Мода» из Ленинграда за 1989 год – пример журнала на сломе

времён. Утилитарный советский подход ещё не сдавал позиций, однако уже давали о себе знать свежие тенденции. Лицевые стороны оставались сдержанными: манекенщица в туалете от городского Дома моделей, неброская гамма – сероватосиние, бордовые оттенки, построение с отголоском северного модерна. Внутри всё подчинялось практичности: продуманные разделы, лекала, немногословные рисунки. А по соседству – добротные снимки с видами петербургских достопримечательностей. Шрифтовое решение не изменяло ленинградской традиции: скупое, изысканное, ничего лишнего. Даже украшения следовали общей дисциплине – строгому распорядку. В отличие от московских аналогов, журнал отличался более академичным подходом к подаче материала, делая акцент на качестве тканей и технологиях пошива, что отражало традиции города как центра текстильной промышленности. Однако в отдельных номерах уже прослеживались эксперименты с более смелыми ракурсами и композиционными решениями, предвосхищавшие грядущие изменения в отечественной модной прессе (рис. 70).

В 1989 году Ленинградский Дом моделей одежды (ЛДМО) запустил новое издание – журнал «Стиль», первый номер которого вышел в 1990 году с практическим приложением «Практичная мода» и комплектом выкроек-вкладышей. Сохраняя прежние параметры выпуска (4 номера ежегодно тиражом 150 000 экземпляров), журнал существенно обогатил свой контент: наряду с традиционными коллекциями одежды читателям предлагались творческие зарисовки дизайнеров, аналитические статьи о российских и зарубежных кутюрье, репортажи с модных мероприятий и исторические очерки. Первые выпуски (до № 1 1991 года) отличались солидным форматом и высококачественной мелованной бумагой, однако начиная со второго номера 1991 года издание перешло на уменьшенный формат при заметном снижении качества полиграфии [34].

Московские журналы делали ставку на авангард, а ленинградский «Стиль» выбрал другой путь – взвешенный, объективный, без перекосов в сторону одного направления. Его концепция была шире: не продвижение, а обзор. Но главное отличие было в другом. «Журнал мод» и «Модели сезона» создавали иллюзию безоблачного мира, будто никакого кризиса нет. А «Стиль» демонстрировал

реальность – с её трудностями, нехваткой товаров и экологическими проблемами. Он не страшился публицистики и острых тем. Однако, если «Модели сезона» активно выпячивали имена дизайнеров, «Стиль» предпочитал держаться в тени: модели описывались анонимно, без лишнего пиара. Так он сохранял дистанцию и оставался аналитическим, а не рекламным изданием.

Развалины индустриальной эпохи. Модели в деконструированных пальто и куртках-трансформерах. Полуразрушенные заводские цеха. Это была аллегория, не нуждавшаяся в объяснениях. Так «Стиль» в 1990 году говорил о переменах. Уже обложки заявляли о новом времени. Модели в асимметричных нарядах на фоне промышленных пейзажей Ленинграда. Контрастная чёрно-белая съёмка с кислотно-розовыми и электрически-синими акцентами. Внутри журнал взрывал привычные представления о вёрстке. Коллажи. Граффити. «Грязная» типографика, где текст накладывался на фотографии. Но при этом «Стиль» не терял связи с ленинградской школой. Тонкие контурные рисунки, стилизованные под архитектурные чертежи. Шрифты в духе конструктивизма 1920-х. Сочетание панковского бунта и интеллектуального дизайна сделало издание культовым. Оно предвосхитило гляцевую эру 1990-х (рис. 71).

Бумага, цвет, вёрстка – всё это задавали московские и ленинградские типографии. Стандарты были жёсткими. Регионам оставалось только подчиняться. Так к концу 1980-х республиканские модные журналы потеряли свою индивидуальность. Оформление становилось всё более единообразным. Причины – централизованная полиграфия и идеологическая установка на культурное единство.

Конец 1980-х – время резких перемен в облике модных журналов. То, как они выглядели, разительно отличалось от прежнего. Национальные орнаменты и декоративные элементы, столь характерные для раннего советского периода, почти исчезли. Их вытеснил интернациональный минимализм. Вот пример: грузинский «Модели сезона». Сложные узоры в духе традиционной чеканки уступили место простым геометрическим формам и гротескам. Украинские и среднеазиатские издания шли тем же путём – местные колористические традиции постепенно

уступали место общей, стандартной для всех цветовой палитре.

Прибалтийские республики в этом процессе стояли особняком – они не спешили подчиняться общим правилам. Латвийский «Силуэт» и эстонские «Моды Эстонии» продолжали экспериментировать, будто не замечая общесоюзных стандартов. Асимметричная вёрстка, художественная фотография, элементы поп-арта – всё это было их сознательным выбором. Они словно говорили: мы не такие, как все. Более сложные ракурсы съёмки, смелые цветовые решения – это был не просто стиль, а способ сохранить свою идентичность, оставаясь ближе к европейской традиции, чем к советской унификации.

С распадом Советского Союза в 1991 году закончилась и история советских модных журналов. Московский «Журнал мод» после ухода редакции Орловой Л. В. быстро утратил своё значение и превратился в узкоспециализированное издание по вязанию. Ленинградский Дом моделей одежды также претерпел серьёзные изменения: в ноябре 1991 года он был реорганизован в Модный дом «Невский проспект», который прекратил существование в 1994 году. Следом закрылись и журналы: «Стиль» издавался до 1995 года, «Практичная мода» – до 1997-го. За всё время существования ЛДМО выпустил более 200 различных изданий, в которых сохранились имена ведущих специалистов – модельеров, оформителей, фотографов и искусствоведов. Эти материалы сегодня представляют огромную ценность для изучения ленинградской школы дизайна и эволюции визуального языка советских модных журналов. Их закрытие стало символом перехода от плановой экономики к рыночной системе производства и медиапотребления.

С 1994 по 1998 год на российском медиарынке появились локальные версии ведущих мировых глянцевого изданий: в 1994 году – «Cosmopolitan», в 1995-м – «Elle», в 1996-м – «Harper's Bazaar», в 1998-м – «Vogue». Редакции традиционных советских журналов поначалу воспринимали авангардных дизайнеров как экзотическое дополнение к основной моде, не осознавая, что вскоре официальная мода, десятилетиями доминировавшая на подиумах, полностью уступит место новым именам. Мало кто мог представить, что модельеры «старой школы» будут вытеснены именно этими новаторами, которым впоследствии придется

конкурировать за внимание уже в цифровую эпоху, когда приоритетом модных изданий стало продвижение западных брендов на российский рынок.

### **Выводы по второй главе**

1. Согласно установленной периодизации, в 1920-е годы советские модные журналы развивались в рамках частно-кооперативной системы, отражая коммерческие и субкультурные тенденции эпохи НЭПа через новаторские иллюстрации, созданные авангардистами. Однако к 1930-м годам эта творческая свобода уступила место жесткой стандартизации и государственному регулированию, что затронуло как легкую промышленность, так и модные публикации.

2. В 1930-е годы в СССР произошло становление швейной промышленности как самостоятельной отрасли экономики, что сопровождалось развитием специализированных модных изданий. Эти журналы, сохраняя отраслевую направленность, отражали новую эстетику соцреализма, вобравшую в себя элементы европейского ар деко. Их визуальный язык отличался геометризацией форм, декоративными орнаментами, контрастной цветовой гаммой и выразительной типографикой.

3. В послевоенный период (1940–1980-е гг.) в СССР сложилась централизованная система моды, что проявилось в создании сети Домов моделей по всей стране. Модные издания этого времени, выполненные в формате иллюстрированных альбомов, выполняли важную функцию популяризации работы советских модельеров. Примечательно региональное распределение ролей: московские журналы задавали основные тенденции, рижские – адаптировали европейские модные веяния, что в совокупности формировало единый стиль советской модной иллюстрации, включая ленинградские издания.

4. В позднесоветский период (середина 1980-х – начало 1990-х гг.) наблюдалась значительная эволюция модной индустрии, обусловленная ростом благосостояния и культурных запросов населения. Характерной особенностью

модных изданий этого времени была их ориентация на домашний пошив одежды, что соответствовало реалиям советского потребительского рынка. Однако к концу 1980-х, в условиях социально-политических изменений, произошла заметная трансформация издательской концепции – советские журналы начали адаптировать западные форматы, в частности, перенимая опыт журнала «Burda».

## ГЛАВА 3. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДИЗАЙНА СОВЕТСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ МОДНЫХ ИЗДАНИЙ

### 3.1 Функциональное различие: коммерческая и рекламно-информационная природа зарубежных и советских журналов мод

Разница между западными и советскими журналами мод в 1920–1930-х годах была не стилистической, а системной. На Западе мода была бизнесом, частью индустрии роскоши. Советские журналы решали другие задачи: организовать массовое производство и привить людям новую культуру быта. Два разных целеполагания – две разные типологии. И это хорошо видно, если сравнить институты: западные Дома моды и советские Дома моделей. Они работали по-разному, потому что у них были разные цели.

В основе западной модной системы лежала коммерция. Ворт, Пуаре, Шанель создавали уникальные вещи для элиты – и журналы работали на эту же логику. «Gazette du Bon Ton» и «Vogue» были не просто красивыми картинками, а инструментом продаж. Они транслировали эстетику роскоши, формировали вкус и провоцировали спрос. Их главная задача – реклама. Создать образ желаемого, убедить потребителя, что это ему нужно, и направить его к покупке: либо напрямую в Дом моды, либо к производителям лицензионных копий. Журнал был последним звеном в цепи: художник – эксклюзивный товар – реклама – потребитель с деньгами.

Советском Союзе всё было по-другому. Западные Дома моды шили для элиты, создавая уникальные вещи для состоятельных клиентов. Советские Дома моделей, появившиеся в 1930-е годы, были их полной противоположностью. Их создавали не как ателье для избранных, а как научно-производственные центры, встроенные в плановую экономику. Они не угождали индивидуальным вкусам – они снабжали промышленность лекалами для массового производства. В 1934 году в Москве появился Дом моделей одежды, а через два года, в 1936-м, – Ленинградский. Эти два учреждения и стали опорными точками всей системы.

Моделирование здесь не было самоцелью. Оно обслуживало производство. Задача стояла конкретная: красивая одежда, но такая, которую можно тиражировать. Не для единиц – для миллионов. Дома моделей обязаны были регулярно поставлять швейным фабрикам сотни новых моделей. А это требовало совсем другого подхода к проектированию. Работать на фабрику – не то же самое, что шить на заказ. Модельер учитывал технологические возможности оборудования. Стандартизацию размеров. Себестоимость материалов. Трудоёмкость пошива. И это ещё не всё. Дома моделей контролировали обновление ассортимента на подведомственных фабриках. Так они превращались из творческих ателье в административный орган лёгкой промышленности.

Важным аспектом визуальной идентичности журналов становились их логотипы, которые выполняли принципиально разные функции в западной и советской системах. В коммерческих зарубежных изданиях логотип (например, узнаваемый шрифт «Vogue» или эмблема «Harper's Bazaar») служил знаком качества, гарантией принадлежности к миру высокой моды и инструментом брендинга. В советских же журналах мод логотип Дома моделей выполнял прежде всего производственно-нормативную функцию. Он являлся знаком утвержденного стандарта, визуальным маркером официально одобренной модели, готовой к запуску в массовое производство.

Так, на страницах различных изданий, выпускавшихся Ленинградским Домом моделей, отчетливо прослеживается эволюция фирменного знака этого учреждения, что представляет значительный интерес для изучения истории дизайна советских модных изданий. На разных этапах существования организации смены в её ведомственной принадлежности находили непосредственное отражение в трансформации графических решений и символики товарного знака. Наблюдаемый постепенный переход к графической сдержанности и простоте стал визуальным воплощением идей модернизма, оказывавшего существенное влияние на развитие дизайна в Советском Союзе в период 1960–1980-х годов. Развитой социализм вёл к упрощению и унификации визуального языка. Эволюция это подтверждает. При этом отличие от Запада оставалось. Там – коммерческий

брендинг. Здесь – нормативно-производственная функция [51].

Установка на производство повлияла и на характер советских журналов мод. Они явились прямым продолжением системы Домов моделей. Западное издание предлагало мечту, недостижимую для многих. Советский журнал – «Журнал мод» МДМО или «Альбом мод» ЛДМ – работал как технико-эстетический вестник. Это была инструкция по внедрению моделей в производство и по их потреблению. Показательный пример – «Ателье» (1923). Его можно охарактеризовать как рекламно-информационное издание. Оно соединяло пропаганду новых эстетических принципов (конструктивизм, рациональность) с практическими задачами для производителей: схемами кроя, расчётами расхода ткани, техническими спецификациями [53].

Принципиальное различие проявлялось и в основном объекте дизайнерской работы: если в зарубежных изданиях ключевым являлся дизайн журнала как арт-объекта (высококачественная полиграфия, художественная верстка, работа знаменитых иллюстраторов), то в советских приоритетом становился дизайн костюма как промышленного изделия. Страницы советских журналов превращались в своего рода демонстрационные стенды, где главной была не визуальная эффектность подачи, а информационная ценность и технологическая воспроизводимость модели.

Во-вторых, советский журнал моды был инструментом просвещения и пропаганды – и это являлось его ключевым функциональным отличием. На его страницах решалась двудеятельная задача: популяризация моды и формирование культуры одежды среди населения. Дома моделей не ограничивались разработкой одежды. Их сотрудники организовывали показы на предприятиях, курировали «общественниц» – жён инженерно-технических работников, которые становились проводниками моды в трудовых коллективах. Журнал продолжал эту линию в печатной форме. Он не просто информировал, а воспитывал: учил одеваться «культурно», «гигиенично» и «рационально». В этом просвещении эстетика отступала на второй план, уступая место социальным нормам и установкам.

В советских журналах, например в «Московском Доме моделей»,

существовал раздел «Мода за границей». Это был парадоксальный, но закономерный элемент системы. На Западе обзор иностранной моды был частью конкурентной среды. Тезис о превосходстве социалистического образа жизни – вот что журнал подтверждал визуально. Для этого и существовал раздел о зарубежной моде. Не реклама, а критика. Идеологическое противопоставление. Западные тенденции подавались как пример «буржуазных извращений». Роскошь, непрактичность, экстравагантность. А советская мода – рациональная и демократичная – на этом фоне выглядела предпочтительнее.

На Западе журнал мод был товаром. Он работал на систему потребления. Поддерживал статусные различия. Продавал мечту – стиль жизни, образ успешного человека. В Советском Союзе всё было иначе. Здесь журнал выполнял другую роль. Он был инструментом – рекламно-информационным и идеологическим. Обслуживал плановую экономику. Вот в чём лежало ключевое различие.

Их задача была не продавать, а воспитывать: внедрять стандарты, формировать нового потребителя – дисциплинированного, рационального, интегрированного в коллектив. Эта принципиальная разница в природе изданий определила всё: и визуальный язык, и содержание, и социокультурную роль, которую они играли.

### **3.2 Особенности работы советских иллюстраторов моды**

Модельеры в советское время (их тогда называли «авторами моделей») обычно делали только эскизы. Окончательную графическую обработку выполняли журнальные художники. При этом профессия модного иллюстратора не пользовалась уважением: имена мастеров печатали мелко, почти незаметно, а их труд считался непрестижным. Сегодня эта несправедливость сохраняется. Их работы часто причисляют к советскому искусству без разбора, не замечая выдающихся образцов, созданных в условиях строгих идеологических и технических ограничений.

1920-е годы стали для отечественной модной иллюстрации временем стилистического расцвета. В этот период к жанру обратились ведущие художники-

авангардисты, и их работы придали модной графике новый художественный уровень. Особого внимания заслуживает творчество Экстер А. А. для журнала «Ателье» – издания, которое по праву считается уникальным в истории русской модной графики. Его отличала целостная художественная концепция, пронизывающая все элементы – от обложки до внутренних иллюстраций, что ставило «Ателье» в один ряд с лучшими европейскими модными журналами того времени. В работах для этого журнала Экстер использовала кубизм. Она составляла модели из базовых геометрических фигур. Иллюстрации напоминали её театральные эскизы, но не полностью. Главное отличие – палитра. Яркая и насыщенная, но без драматизма. Так модная графика становилась самостоятельным жанром. И это отличало её от более эмоциональных живописных и театральных вещей художницы.

Исторические отсылки к костюму и новаторские техники – вот что Экстер соединяла в своих работах. Такая комбинация давала ей возможность держаться традиции и при этом показывать собственный стиль. А кубистическая манера служила основой. Художница брала интенсивные цвета и динамичные геометрические формы. Они придавали её работам выразительность и узнаваемость. В театральных костюмах и модных иллюстрациях она добивалась органичного синтеза. Одежда здесь не просто дополняла образ. Она становилась его активным элементом, вступала в диалог с характером персонажа. В работах Экстер костюм превращался в пластическую метафору, где форма и цвет приобретали символическое значение.

Для журнала «Ателье» Экстер А. А. сформировала творческую команду, пригласив свою близкую подругу и коллегу Мухину В. И. и представив её Ламановой Н. П. – основательнице и идеологу издания. Художественный язык Мухиной, в отличие от кубистических экспериментов Экстер, строился на иной пластической концепции: она использовала плавные, округлые формы, создавая мягкие, обтекаемые силуэты. Её иллюстрации отличались виртуозной игрой светотени, которая добавляла изображениям объём и динамику, демонстрируя скульптурное видение формы. Контраст между угловатой геометрией Экстер и

пластичной гармонией Мухиной стал важной особенностью визуального ряда «Ателье», показав разнообразие художественных подходов в рамках единого проекта и обогатив издание [21].

1920-е годы – время, когда авангард диктовал правила в искусстве. Советские иллюстраторы моды восприняли его как главный источник вдохновения. Отказ от традиций, поиск новых средств выразительности – всё это определило их творческий метод. В процессе экспериментов сложился уникальный визуальный язык модной иллюстрации, в котором отразились утопические мечты эпохи: о новом быте, о новом человеке, о мире, который только предстояло построить.

В работах Степановой В. Ф. и Родченко А. М. конструктивизм нашёл своё наиболее полное выражение. У Степановой костюм превращался в конструкцию. В эскизах для «Красной спортивной международной» (1923) и комбинезонов всё подчинялось движению. Графика – чёткие линии, контрастные цветовые блоки. Без декора. Родченко видел в костюме манифест. Его работы для «Клопа» (1929) и плакаты с фотомонтажом – лаконичные и агрессивные. В их иллюстрациях одежда перестаёт быть просто одеждой. Она становится схемой, диаграммой нового быта. Искусство, технология, социальный заказ – всё вместе. Эти работы – ключевые примеры того, как конструктивизм переосмыслил моду. Превратил её в инструмент агитации и утопического проектирования.

«Победа над солнцем» – механизированная опера. Её проект стал отправной точкой для нового визуального языка костюма. Лисицкий сделал невозможное: абстракция стала реальностью. Вместо актёров – электромеханические марионетки. В них воплотились его проуны. Геометрические конструкции опубликовали в альбоме «Figurinen» в 1923 году. Это вызвало настоящий фурор. Но сильнее всего запомнился «Новый человек». Металлический, динамичный, собранный из геометрических форм. Не просто персонаж – манифест эпохи. Её визуальное кредо. Лисицкий создавал не театр, а новый язык. В нём супрематические идеи обретали плоть. И этот язык отзовется позже – в послевоенной моде, в её геометричных силуэтах и абстрактных линиях.

Художественное решение здесь строилось на необычном приёме – в

изобразительную практику внедрялись принципы технического черчения. У Родченко А. М. в иллюстрациях для журнала «ЛЕФ» это видно отчётливо. Он сознательно обращался к чертёжной графике. Стрелки-указатели. Нумерация деталей. Развёртки лекал в разных проекциях. Всё это складывается в особый визуальный код. Иллюстрация превращается в схему-инструкцию. Композиция таких работ подчинена функциональности. Каждый графический элемент несёт конкретную информационную нагрузку.

Интеграция технического черчения в изобразительную практику – важный аспект художественного решения. В работах Родченко для «ЛЕФ» это заметно особенно ясно. Он сознательно использует чертёжную графику: стрелки, нумерацию, развёртки лекал в различных проекциях. Такие приёмы формируют особый визуальный код. Иллюстрация становится схемой-инструкцией. Композиционное решение подчинено функциональности. Здесь каждый элемент несёт конкретную информационную нагрузку.

В 1920-е советская модная иллюстрация была минималистична по цвету. И при этом максимальна по значению. Красный, серый, синий, белый – ничего лишнего. Каждый цвет нёс свою идею. Красный – революция. Серый и синий – трудовые будни. Белый – новая гигиеническая культура. Это не просто гамма. Это визуальный манифест. Строгость палитры здесь отражала строгость эпохи.

В плакате «Одевайтесь правильно!» (1924) шрифт и рисунок слились воедино. Строки текста повторяли линии кроя, и за счёт этого возникала цельная графическая композиция. Приём был осознанный: типографика утрачивала самостоятельность и начинала работать на общий образ. Плакат превращался в визуальный манифест, где всё подчинялось единой логике.

То, что в 1920-е годы делали советские иллюстраторы, задавало направление на годы вперёд. Авангардные приёмы – геометризация, чертёжная графика, монтаж, символика цвета, типографика – были не просто экспериментами со стилем. Они превратились в профессиональный язык проектной графики для костюма. Этот язык выдержал испытание временем: его эпоха прошла, а он остался в истории.

В 1930–1940-е годы советские модные журналы искали способ соединить западные веяния с местной спецификой. На их страницах встречались ар деко и соцреализм. Идеологический пресс был силен. Но некоторые иллюстраторы всё же сохранили индивидуальный стиль. Среди них – Лебедев В. В., Чарушин Е. И., Конашевич В. М., Калиновский Г. В. и Чижиков В. А. Их работы украшали журналы и одновременно обогащали визуальный язык советской графики. Они показывали: даже при жёсткой стандартизации можно искать свои пути.

В 1950–1960-е годы модные журналы советских Домов моделей выполняли важную задачу: они приспосабливали международные тенденции к советским реалиям. Среди иллюстраторов особенно выделялся Александров Ю. В. Он сотрудничал с журналами ЦУМа с 1949 по 1960 год. Его манера разрушала стереотипы о советской модной графике. В ней соединялись выразительность и техническая точность. Женские фигуры он изображал как стилизованные чертежи, напоминающие выкройки. От этого иллюстрации становились графически четкими и легко узнаваемыми.

Инженер-архитектор, опытный и талантливый, даже не предполагал, что в 39 лет окажется в мире моды в роли художника для журналов. Несмотря на то, что архитекторы нередко обладают навыками графики и живописи, Александрову Ю. В. в 1949 году пришлось покинуть «большую архитектуру» из-за последствий военной контузии. К тому же он осознавал, что после ухода старых мастеров советская архитектура переживает упадок, а работать в навязываемом тогда стиле «архитектурных излишеств» он, будучи учеником академика Щусева, не желал.

С 1949 года и на протяжении всего следующего десятилетия Александров Ю. В. стал постоянным участником команды, создававшей фирменные журналы мод Центрального универмага. Это назначение сразу вывело его в ряды художников ведущего модного издания страны. В 1949 году увидел свет журнал мод ГлавУниверМага, оформленный Александровым Ю. В. вместе с двумя его молодыми коллегами. Здесь важно уточнить: хотя исторический ГУМ (с логотипом Родченко А. М. и его знаменитыми рекламными плакатами 1920-х) официально вновь откроется только в 1953 году после масштабной реконструкции, в

послевоенный период именно ЦУМ оставался флагманом советской торговли – ГлавУниверМагом, главной торговой площадкой в указанный период.

В конце 1940-х первые советские «глянцевые» журналы выглядели весьма скромно: небольшой формат, некачественная бумага и печать. Однако наряды, представленные в них, соответствовали европейскому уровню. Не стоит сравнивать работу советских и западных модных иллюстраторов: если последние стремились привлечь внимание к коллекциям модных домов в условиях конкуренции, создавая яркие, запоминающиеся образы для покупателей, то в СССР конца 1940–1950-х ситуация была иной. В стране не только отсутствовали конкурирующие дома моды, но и швейная промышленность, не слишком развитая даже до войны, ещё не восстановилась после неё. Представленные в советских журналах модели чаще всего нельзя было купить – только увидеть. Зато почти в каждой семье имелась швейная машинка, а бабушки и мамы шили одежду, вдохновляясь иллюстрациями из модных изданий.

Поэтому перед советским модным иллюстратором стояла двойная задача. С одной стороны, он должен был создавать эстетически привлекательные рисунки, рекламирующие модели одежды. С другой – его работа требовала точности архитектурного чертежа: каждая складка, карман и застёжка должны были быть выверены так, чтобы даже начинающая портниха могла воспроизвести модель по журналу. К 1950 году издания ЦУМа заметно преобразились. Формат стал больше, линии рисунков – изящнее и плавнее. За этим стоял архитектурный опыт Александрова Ю. В. Его профессиональные навыки и «золотые руки» оказались бесценны для советских модных иллюстраций. Однако низкое качество бумаги и печати по-прежнему оставалось слабым местом. Работы советских модельеров и художников из-за этого визуально уступали западным аналогам.

Александров Ю. В. умел делать то, что другим не удавалось. Он превращал скромные полиграфические возможности в выразительные графические решения. В середине 1960-х он продолжал сотрудничество с журналами ЦУМа. На этот раз иллюстрировал издания о спортивной одежде. До его прихода они выглядели крайне скромно: плохая бумага, всего два цвета. Но благодаря таланту

Александрова даже такие журналы приобрели приличный вид. Технические ограничения эпохи оставались. А вот качество визуального оформления поднялось на новый уровень – за счёт профессионального подхода и художественного мастерства.

Модные журналы Ленинградского Дома моделей в 1950–1960-е печатались в Эстонии. И это при том, что в самом Ленинграде работало множество одарённых оформителей. Это было связано не только с тем, что прибалтийская полиграфия была технически более совершенной, но и с тем, что Эстония воспринималась как «советская заграница». Издания, созданные там, считались более престижными и редко подвергались критике. Это был парадокс, но он работал на пользу журналов, поднимая их статус в глазах читателей и начальства. Этот своеобразный «культурный импорт» распространялся даже на оформление витрин самого Дома Моделей, которое десятилетиями поручалось исключительно эстонским специалистам – факт, заслуживающий отдельного глубокого исследования.

В 1950-х – начале 1960-х годов модные журналы создавались преимущественно вручную, представляя собой искусно выполненные рисованные иллюстрации, где особенно выделялось мастерство эстонских художников-оформителей, многие из которых являлись подлинными виртуозами своего дела. Листая страницы изданий 1959–1960 годов, можно не только увидеть тенденции весенней моды того периода, но и обратить внимание на экзотические сегодня названия тканей («креп-марокен», «букле-шотландка», «файдешин»), качество которых, как и сами эти поэтичные термины, в современной текстильной промышленности встречается крайне редко. Так, творческое наследие талантливой художницы Каармы М. Я. включает иллюстративное оформление эстонского журнала «Силуэт» и многочисленных изданий Ленинградского Дома Моделей. Ее изысканные иллюстрации для модных изданий узнаваемы благодаря особому, лёгкому стилю с удивительной воздушностью линий, которые точно и изящно воплощали задумки модельеров. Эскизы костюмов Каарму М. Я. для ленинградских модных изданий неоднократно экспонировались на различных художественных выставках, демонстрируя высокое мастерство и тонкое

понимание моды.

К 1970-м годам выпуск журнала Ленинградского Дома моделей перешёл на местную базу. Качество не упало – редакционная группа, которую собрали из собственных сотрудников Дома, обеспечила профессиональный уровень. Этот переход отражал более общую тенденцию: от межреспубликанского сотрудничества к централизованной системе. Но, что важно, централизация не означала падения качества – журнал оставался на высоте.

Самобытность советской модной иллюстрации хорошо видна на примере художника-графика Чигирёва Ю. Н., выпускника Ленинградского художественного училища им. Серова В. А. В 1970-х годах он работал в Ленинградском Доме моделей в редакции журнала мод, занимая должность художественного редактора и старшего художника по оформлению. Его работы отличались юмористическим подходом и умением соединять несоединимые детали. Чигирёв Ю. Н. оставил заметный след в издательском деле: сотрудничал с «Лениздатом», иллюстрировал журналы «Аврора» и «Нева», а также создал все сто обложек детского исторического журнала «Автобус». Его талант простирался от книжной графики до создания плакатов, которые сегодня хранятся в собраниях Государственного музея истории Санкт-Петербурга, Архангельского и Пермского краеведческих музеев. Чигирёв Ю. Н. активно участвовал в художественных выставках, где неоднократно удостоивался наград различных конкурсов, подтверждая свой статус признанного мастера.

Советские художники-иллюстраторы успешно сочетали работу в модных журналах с оформлением витрин, демонстрируя междисциплинарный подход. В 1970 году в демонстрационный зал Ленинградского Дома Моделей пришел Никольский А., претендуя на должность художника-оформителя. Будучи профессиональным графиком, он с легкостью справлялся с созданием плакатов и объявлений, но пошел дальше – предложил руководству отказаться от услуг эстонских специалистов и своими силами оформлять витрины. Его инициатива вызвала у администрации противоречивую реакцию: с одной стороны, явный энтузиазм, с другой – сомнения. Ведь за многие годы в учреждении сложился

непререкаемый культ всего эстонского, и переломить эту традицию было непросто. Никольскому предстояло доказать, что местные кадры способны не уступать, а возможно, и превзойти признанных прибалтийских мастеров.

Витрины Ленинградского Дома моделей, сменявшиеся по числу времен года, в декабре 1970 года стали площадкой для творческого эксперимента. Когда настало время зимнего обновления витрин на Невском проспекте, Никольский А. вместе с прославленным художником Калинкиным А. взялись за создание необычной инсталляции. В условиях тотального дефицита материалов (характерного для эпохи), мастерам приходилось рассчитывать лишь на собственную фантазию, умелые руки и помощь друзей-художников. Результатом их работы стала знаменитая зимняя композиция «Сосульки», процесс создания которой Никольский А. детально описал в своих воспоминаниях. Эта витрина произвела настоящий фурор – перед ней постоянно собирались толпы горожан, рассматривавших не только модные новинки, но и художественное решение. Особенно волшебна инсталляция выглядела вечером, когда подсветка акцентировала хрупкие ледяные формы, превращая витрину в настоящую зимнюю сказку. Успех «Сосулек» доказал, что ленинградские художники способны создавать оформление, не уступающее, а порой и превосходящее работы эстонских мастеров.

В 1970-е годы творческий коллектив, отвечавший за оформление витрин Ленинградского Дома моделей, объединил плеяду талантливых художников: помимо уже упомянутых Никольского А. и Калинкина А., в него входили Леканов В., Лонский Г., Селезнёв А., Кандуров А., Баев А. и другие мастера. Каждый сезон эта команда придумывала новую концепцию – разрабатывала уникальный стиль, создавала особую атмосферу, превращая витрины в искусство. Их работа стала легендой. Витрины Дома моделей превратились в одну из главных достопримечательностей Невского проспекта. Их фотографировали все – и местные жители, и туристы, для которых они были частью образа Ленинграда. Этот коллектив поднял витринное оформление на высоту, которой не было ни до, ни после, сделав его важной частью визуальной культуры города.

Конец 1960-х – начало 1970-х годов стали для Ленинградского Дома моделей временем организационных перемен. Печать модных журналов, которые ранее осуществлялась в Эстонии, была перенесена в Ленинград, где при Доме сформировалась собственная редакционная группа. При этом эстонские художники сохранили функции по оформлению изданий. Главным фотографом долгое время был Мяэметс Б. В СССР его называли единственным специалистом по модной фотографии. Известность он получил благодаря эстонскому «Силуэту». Но его ленинградские работы в Художественном музее Эстонии не хранятся. Поэтому стоит вспомнить других фотографов, которые много работали с Домом моделей. Это Михайлович А. С., Палагута Е. М., Филиппченко Е. П., Рыбалка М. В. и другие. Они, как и вся редакция тех лет, достойны отдельного серьёзного исследования.

Фотография в модной журналистике 1950–1970-х годов стала самостоятельным видом искусства. В ней творческое начало соединялось с выработанными профессиональными канонами. Это было принципиально новым качеством. Раньше рисунок служил основой иллюстрирования. Теперь его постепенно вытеснили снимки. К концу периода они закрепились как главный инструмент подачи модного контента. Особенно наглядно это проявилось в рекламной съёмке. Статичные постановочные портреты уступили место живым, динамичным кадрам. В них читался характер модели. Так обновилась не просто техника, а вся парадигма визуальной культуры.

Внешне советские и западные иллюстраторы моды занимались одним и тем же. Они создавали образы одежды, работали с силуэтом и фактурой. Однако условия их работы были принципиально разными. Советские художники существовали в рамках плановой экономики. Их творчество подчинялось идеологическим задачам и воспитанию нового человека. Западные мастера, напротив, работали в системе коммерческой моды, где главным был рынок и продажа. Тем не менее при всех различиях в их профессиональных приёмах можно найти общее. В этом и заключается главная ценность сравнительного анализа – он позволяет глубже понять специфику творчества иллюстраторов.

Жорж Лепап – художник, без которого западноевропейскую моду первой трети XX века представить сложно. Его иллюстрации значили для журналов не меньше, чем коллекции ведущих кутюрье. Всё началось с Поля Пуаре. В 1911 году вышел альбом «Les Choses de Paul Poiret». И это стало поворотным моментом. Лепап придумал новое: костюм он показывал не в пустой студии, а в живой среде. Его героини вели себя естественно. Общались. Флиртовали. Смотрелись в зеркало. Осваивали пространство вокруг. Эти полные жизни композиции печатались в «La Gazette du Bon Ton». Потом – в «Vogue». Для «Vogue» Лепап оформил больше ста обложек и множество разворотов. Так он задал новые стандарты модной иллюстрации.

Советские иллюстраторы 1920–1930-х годов решали ту же профессиональную задачу, что и их западные коллеги. Нужно было преодолеть статику и передать пластику костюма, включив фигуру в среду. Внешне композиционные решения могли совпадать. Однако цели оказывались диаметрально противоположными. Жорж Лепап, например, создавал привлекательный, почти рекламный образ. Он работал на элитарного потребителя и подчёркивал изысканность парижского быта. Советские мастера – Ламанова Н. П., Степанова В. Ф., Экстер А. А. – использовали схожие визуальные приёмы для решения других задач: демонстрации утилитарности, технологичности и доступности новой пролетарской одежды, вписанной в реалии трудовых будней и организованного досуга.

Еще более показательным для понимания различий между двумя системами является обращение к наследию Романа Тыртова (Эрте). Этот художник, оказавшись в эмиграции, сумел построить карьеру, ставшую образцом коммерческой успешности в западной журнальной графике. На протяжении почти двух десятилетий (1915–1936) он сотрудничал с «Harper's Bazaar», создав около 240 обложек и, что особенно существенно для настоящего исследования, более трех тысяч рисунков и эскизов для внутреннего оформления издания. Индивидуальная манера Романа Тыртова (Эрте), вобравшая традиции русского модерна и персидской миниатюры, строилась на изысканной декоративности, филигранной

проработке деталей и характерной плавности линий. Его работы, по точному замечанию критиков, возводили журнальные обложки в ранг подлинного искусства, а целостные визуальные серии, создаваемые художником, во многом определяли стилистический облик каждого номера.

Наиболее релевантную параллель с советской школой модной иллюстрации позволяет провести обращение к творческой биографии Яковлева А. Е. Получив академическое образование в Петербурге под руководством Кардовского Д. Н., Яковлев А. Е. еще в дореволюционный период заявил о себе как активный участник ведущих отечественных изданий – «Аполлона», «Сатирикона», «Нового Сатирикона» и «Нивы». После эмиграции во Францию (1920) он сумел войти в круг наиболее востребованных парижских художников.

Яковлев А. Е. в этот период не ограничивался этнографией – он активно публиковался в парижских иллюстрированных изданиях, особенно в журнале «Vu», который был известен своими визуальными репортажами. Его работы для этого журнала были далеки от модной графики: это были репортажные зарисовки, этнографические наблюдения, путевые заметки, поражающие виртуозным рисунком. И вот что интересно: его метод – работа с натуры, фиксация типажей, костюма и пластики в реальной среде – неожиданно сближает его с советскими иллюстраторами, которые решали похожие задачи в документации «нового быта». Но цели были совершенно разными: Яковлев создавал репортаж для западной аудитории, которая искала экзотику, а советские художники работали на идеологию и стандартизацию массового производства.

Художник являлся двойственной фигурой. С одной стороны, он был частью русской художественной традиции: академическая школа, «Мир искусства», неоклассицизм. С другой – он успешно работал в западной системе коммерческой иллюстрации. В отличие от Эрте, который полностью ушёл в ар-деко и индустрию роскоши, Яковлев сохранил связь с академическим рисунком и документальной графикой, что сближало его с советскими коллегами. Но при всём сходстве методов цели были разными: на Западе его работы были репортажем об экзотике, в СССР – инструментом государственного нормирования и просвещения. Именно эта

двойственность делает его фигуру уникальной для сравнительного анализа.

Если Лепап и Эрте создавали иллюзию для стимулирования спроса, то советские мастера решали иную задачу: они сопровождали лёгкую промышленность и формировали представления о новом, «рациональном» быте. Пример Яковлева А. Е. иллюстрирует эту разницу. Имея ту же подготовку, что и советские коллеги, он реализовал свой талант в западном репортаже. На родине его профессионализм был бы направлен на государственное планирование и идеологию. Это показывает, как один и тот же инструментарий может служить разным целям в разных системах.

Разница в целях определила пути развития модной графики в СССР и на Западе в 1920–1980-е годы. Обе школы, унаследовав авангард, виртуозно передавали фактуры и силуэты, но их дороги разошлись. Советские художники, скованные дефицитом и идеологией, создавали почти чертёжные изображения для домашнего шитья. Западные мастера, живущие в рыночной среде, делали ставку на эмоциональные образы, чтобы продавать. Разной была и полиграфия: скромная советская и роскошная глянцевая западная. Но к 1970–1980-м годам начался взаимный обмен: советские художники осваивали свободную манеру, западные иногда заимствовали лаконичность советской графики. Этот обмен, вопреки политическим барьерам, показал, что язык модной иллюстрации универсален.

### **3.3 Стилеобразующие средства и художественные особенности дизайна журналов мод**

В начале XX века «Harper's Bazaar» сделал неожиданный шаг: журнал отказался от привычных рисованных обложек. Если взять номера 1905 и 1909 годов, разница видна сразу. В 1905-м обложку ещё украшает характерная иллюстрация, а к 1909-му от неё не остаётся и следа – вместо рисунка читателя встречает совершенно другой визуальный формат. Никаких изящных линий модерна, только строгие цвета: глубокий чёрный в паре с тёплой охрой или благородным бордо. Название журнала набрано крупным рубленым шрифтом, все

надписи расставлены чётко, ничего лишнего. Композиция построена на простой геометрии – асимметрия текстовых блоков на широких полях смотрится свежо и по-настоящему современно. Для того времени это выглядело почти вызовом.

С 1912 по 1914 год во Франции выходил журнал «*Journal des Dames et des Modes*». Для модной прессы того времени это было действительно яркое и заметное издание. Современники характеризовали его как воплощение «самой изысканной парижской элегантности». Высокий художественный уровень изданию обеспечивало сотрудничество с наиболее талантливыми дизайнерами и иллюстраторами своего времени. Наиболее часто на его страницах публиковался Жорж Барбье, чьи иллюстрации отличались высоким качеством исполнения. В числе других художников, сотрудничавших с журналом, – Лев Бакст, Бернар Буте де Монвель, Умберто Брунеллески, Х. Роберт Дамми, Поль Ирибе, Шарль Мартен и Фернан Симеон.

В первой половине XX столетия рисованная иллюстрация сохраняла доминирующее положение как основной визуальный язык модных изданий. Ведущие журналы, включая «*Vogue*», привлекали к сотрудничеству выдающихся художников своего времени. Среди них выделялись такие мастера, как Бакст Л. С., чьи работы украшали страницы изданий. Обложка журнала «*Vogue*» за 1920 год, созданная легендарным Бакстом Л. С., представляет собой блистательный синтез высокой моды и театрального искусства. Мастер изобразил эскиз костюма к балету «Волшебная лавка», воплотив на страницах глянца весь блеск «Русских сезонов» Дягилева С. П. Центральным элементом композиции стала фигура танцовщицы в пышном наряде – изысканный корсет с золотой вышивкой, юбка с декоративными бантами и характерный напудренный парик создают узнаваемый образ театрального великолепия. Баксту Л. С. удалось передать движение: складки ткани выглядят живыми, фигура изогнута изящно, а нежные розово-золотистые тона сразу узнаются как его фирменная палитра. Композицию обрамляют орнаментальные завитки и растительные мотивы – они добавляют работе ту самую декоративность, которая характерна для раннего ар деко. Эта обложка стала важным моментом: театральная эстетика впервые так открыто вошла в модную

графику, и модная иллюстрация заявила о себе как о самостоятельном художественном высказывании. Раньше обложки в основном были портретными, а Бакст показал, что сценический костюм вполне может вдохновлять высокую моду. Собственно, с этого и началось долгое взаимовлияние театра и моды.

В 1930–1940-е годы заметно вырос интерес к иллюстрациям в постимпрессионистской манере. У Рут Графстром, Эдуардо Гарсия Бенито и Марцеля Вертеша это влияние проявилось особенно ярко: в их работах чувствуется опора на Тулуз-Лотрека и Поля Сезанна. В 1920-е эти художники уже были известны как авангардные графики, но тогда их манера выглядела иначе. С годами творчество изменилось: появились характерные постимпрессионистские приёмы, композиция стала спокойнее, цвет – мягче. Именно такие изменения, заметные в иллюстрациях 1930–1940-х годов, показывают, что визуальный язык модной графики в межвоенный период постепенно обновлялся.

Эдуардо Гарсия Бенито пришёл в модную графику из кубизма. Для «Vogue» и «Vanity Fair» он делал обложки, которые сегодня воспринимаются как эталон авангарда: геометрия, строгие формы, смелый цвет. Французские выпуски «Vogue» особенно выделялись этой чёткой, почти архитектурной подачей. Но в 1930-е что-то сдвинулось. Бенито стал мягче, глубже, внимательнее к цвету – тот сделался плотным, насыщенным, эмоциональным. Октябрьская обложка «Vogue» 1933 года хорошо это показывает. В ней сошлись разные вещи: от Гогена – сложная работа с цветом, от Сезанна – строгая структура, от Тулуз-Лотрека – камерность, интимность в изображении моделей. Получилась иллюстрация, которая уже не просто сопровождала моду, а задавала ей тон.

Похожий путь прошла американская художница Рут Графстром. Её работы для американского «Vogue» сделали её одной из самых заметных фигур фовистской моды. В графике Графстром хорошо видно увлечение Анри Матиссом: некоторые композиции почти прямо отсылают к его вещам. Она свободно использовала приёмы фовизма – яркие, неестественные цвета, простые формы, уверенные контурные линии. При этом иллюстрации не выглядели просто стилизацией. За счёт матиссовской экспрессии и внимания к композиции каждая

работа воспринималась как самостоятельное высказывание, выходящее далеко за пределы обычной модной графики [20].

Марцель Вертеш – венгерский художник, в 1930-е годы сотрудничавший с французскими и американскими модными журналами. Его графический язык легко узнаваем: полупрозрачные акварельные заливки, скупая линия, чуть недорисованный силуэт – всё это отсылает к Тулуз-Лотреку. Однако Вертеш не был эпигоном: он соединял эти приёмы с модными тенденциями своего времени и эстетикой Скиапарелли. Именно это сочетание выделяло его работы среди большинства модных иллюстраций 1930-х годов.

Чёрно-белые снимки стали первым этапом внедрения фотографии в модные журналы в конце XIX века. В 1932 году случился настоящий переворот. Эдвард Стейхен подготовил для «Vogue» обложку, напечатанную в цвете, – прежде такого не делал никто. На снимке запечатлены две манекенщицы в купальных костюмах: алый и золотистый. Их фигуры размещены на условном морском фоне, прорисованном волнистыми штрихами. Прогрессивные на тот момент способы цветной печати позволили Стейхену получить глубокое, сочное изображение. Сочетание трёх ключевых тонов придало кадру качество, близкое к плакату. Смелая обрезка и подвижная композиция выдают воздействие конструктивистской эстетики. Появление этой обложки стало заметной вехой не только для самого издания, но и для всей сферы медиа. Стало ясно: цветной фотографии по силам не только украшать, но и замещать рисованную графику в роли основного канала модной коммуникации. Работа Стейхена проложила дорогу модной фотографии как самостоятельной художественной практике. На много лет вперёд она определила ориентиры визуальной выразительности.

В 1930-е рисованные картинки в журналах стали быстро уступать место фотографиям. Перелом наступил в 1936 году. Маркетинговые исследования показали простую вещь: обложки с фото покупают заметно охотнее. Коммерция расставила всё по местам. Фотография заняла обложки. А рисованная графика перебралась внутрь. Так в модной индустрии началась новая визуальная эпоха.

Первый журнал Ленинградского Дома моделей вышел в 1937 году – при

тресте «Ленинградодежда». Уже по нему видно, насколько советские модные издания отличались от западных. Мировые журналы к тому времени давно перешли на фотографию. А ленинградское издание по-прежнему держалось за рисунок. Художники-конструкторы прорабатывали каждую деталь. Они продолжали традиции дореволюционной модной графики. Особенно заметны приёмы дамских альбомов 1870-х годов. Выбор был осознанным. Старые формы здесь приспособляли к новым советским условиям. Такой консервативный подход подчёркивал связь с прошлым. И одновременно формировал самобытный визуальный язык советской модной иллюстрации. От западного он заметно отличался.

Первый номер журнала Ленинградского Дома моделей вышел в 1937 году. На обложке – стилизованная женская фигура в весенне-летнем платье. Рисунок выполнен контурно. Цветовая заливка минимальная. Платье имеет завышенную талию и мягкие драпировки. Для 1930-х это характерно. Удлиненный силуэт и плавные линии говорят о том, что ар деко адаптировали к советской эстетике. Цветовая гамма сдержанна (два-три цвета), декоративные элементы сведены к минимуму – так подчёркивалась функциональность, обусловленная полиграфическими возможностями и идеологией. Пространство обложки чётко зонировано: вверху – сезонное обозначение, в центре – модный силуэт, внизу – рубленая надпись. Это лаконичное решение отражает переходный характер советской модной графики того времени.

1965 год стал точкой отсчёта для журнала «Моды» Ленинградского Дома моделей. Он потерял свой альбомный статус и начал превращаться в издание, с которым можно было не просто листать, а жить. Со второго номера он стал выходить то как «Мода», то как «Моды» – и это колебание в названии было лишь внешним признаком того, что внутри происходит нечто более важное. На смену статичным рисункам, которые десятилетиями были главным визуальным языком журнала, пришли фотографии. Они принесли с собой движение, жизнь, настроение, ощущение реальности. И вместе с этим изменилось и содержание: вместо сухих картинок с выкройками на страницах появились обзоры того, что действительно

носят, практические советы по составлению гардероба, разборы модных тенденций. Трансформация «Моды» не сводилась к техническому обновлению. Журнал сбросил роль сухого каталога и сделался своего рода собеседником – тем, с кем можно посоветоваться, у кого можно найти вдохновение. Читательницы начали ощущать, что мода касается их лично: их повседневности, их стремления выглядеть и чувствовать себя современно. И это не было случайностью. За переменой стоял более глубокий процесс в советской журналистике – постепенный поворот к человеку, к его настоящим нуждам, а не к отвлечённым идеалам. Так «Моды» стал изданием не просто о моде, а для тех, кто хотел идти в ногу со временем.

На обложке – женская фигура в сезонном наряде. Силуэт строгий, но изящный. Выполнен в акварели или гуаши. Крой и фактура ткани проработаны тщательно. Цвета приглушённые: синие, изумрудные, бордовые. Такая гамма созвучна эстетике «разумной достаточности». Композиция классическая: фигура в центре, нейтральный фон, лаконичные шрифтовые элементы. Ни броских деталей, ни экспрессивных поз. Изображение носило информационный характер. Практическая ценность модели – главное. Так выглядел ленинградский «Моды» в 1960 году. Западные глянцевого журналы уже печатали яркие фотографии. А здесь оставались верны рисунку. Это был осознанный выбор – «социалистический» подход к визуализации моды. Сдержанность объяснялась и полиграфией, и идеологией, где мода воспринималась как утилитарная необходимость. Но даже в этих жёстких рамках профессиональные художники создали узнаваемый, самобытный стиль советского модного журнала. Строгий, сдержанный, но с живым авторским дыханием.

Западные журналы – «Vogue», «Harper's Bazaar», «Elle» – уже в 1920–1930-х годах сделали ставку на фотографию. Их обложки создавали гламурные, эмоциональные образы. А в 1932 году произошло событие, которое стало точкой отсчёта для новой эры: «Vogue» опубликовал первую цветную фотообложку. Автором снимка был Эдвард Стейхен. Совсем иначе развивались советские издания. Сравнительный анализ зарубежных и советских модных журналов XX

века показывает, насколько разными были их обложки по разные стороны идеологического барьера. В СССР и на Западе журналы существовали в принципиально разных условиях, и это отразилось на визуальном языке. В разделе выявлены как общие стилевые закономерности, так и специфические национальные особенности. К 1950-м годам западные обложки стали яркими, тщательно стилизованными рекламными образами, где на первый план выходили индивидуальность модели, роскошь тканей и престиж бренда.

В СССР модные издания – «Моды» Ленинградского Дома моделей и «Журнал мод» – десятилетиями держались за традиционную графику, особенно в 1930–1950-х годах. Их обложки, проработанные вручную художниками, включая Александрова Ю. В. и Каарму М. Я., были нацелены не на эстетический соблазн, а на практическую пользу: каждая служила наглядным руководством для домашнего шитья. Даже в 1960-е, когда западная пресса уже экспериментировала с психоделическими шрифтами и смелыми композициями (стоит вспомнить обложку «Vogue» с Твигги в 1966 году), советские журналы внедряли фотографию с большой осторожностью, сохраняя лаконичный, почти плакатный визуальный язык.

В 1920-е годы обложки журналов мод в Советском Союзе и на Западе имели общие черты: обе традиции испытывали влияние авангарда (у нас – конструктивизм, у них – ар деко) и постепенно переходили от рисунка к фотографии. Принципиальная разница заключалась в задачах. Западные обложки работали на привлечение покупателя – они шокировали, соблазняли, провоцировали. Советские же должны были информировать и инструктировать читательниц. Отечественные «Крестьянка» и «Работница» к 1980-м уже печатали цветные снимки. Но держались сдержанно. Западные издания, наоборот, шли к эпатажу. Пример – обложки «The Face» с агрессивным макияжем. Разрыв между ними сокращался, но не исчезал. И этот контраст – ещё одно подтверждение: модная графика всегда была зеркалом эстетических, идеологических и экономических реалий эпохи.

Когда-то рисунок в модном журнале выполнял чисто утилитарную задачу: показать фасон и ткань. Но в начале XX века всё изменилось. Художники-иллюстраторы стали свободно обращаться с современными течениями в искусстве. Они переносили на обложки приёмы живописи, играли с формой, цветом, композицией. Это был уже не просто показ одежды, а полноценное высказывание. Такой синтез обогатил модную графику и вывел её на уровень самостоятельного вида прикладного искусства [20]. Со временем именно это взаимопроникновение художественных поисков и рекламных задач сформировало модный дизайн как отдельную дисциплину.

Французский Vogue 1920-х обходился без фотографий не из-за технических ограничений. Темы номеров – путешествия, интерьеры, модная жизнь Парижа и Нью-Йорка – вполне допускали использование снимков, но редакция упорно держалась за рисунок. Иллюстрация в её глазах не была временной заменой фото; она существовала как самостоятельный художественный язык, не обязанный оглядываться на фотографические стандарты. Эта позиция объясняет и более общую картину: модная пресса неохотно расставалась с устоявшимися формами. По данным [55], переход от модерна к ар деко завершился лишь к середине 1920-х – позже, чем в других иллюстрированных журналах. Но именно это отставание пошло модной графике на пользу: она не слилась с общим потоком, а укрепила свой статус. Консерватизм здесь был не инерцией, а осознанной линией.

Выпуск 1924 года демонстрирует все приметы модной графики эпохи. Небольшие рисунки женских костюмов выполнены тонкой изящной линией с деликатными тональными заливками (рис. 72) и свободно располагаются на странице – композиция выглядит почти импровизационной. Крупные иллюстрации тщательно детализированы, часто цветные, и обрамлены декоративными рамками. Интересна их соседство с чёрно-белыми снимками: на них – аристократки, актрисы, светские львицы в собственных нарядах, и это сочетание давало эффект документальности, почти репортажа. Не осталась в стороне и типографика. Широкие поля, обилие пустого пространства – страницы от этого кажутся лёгкими, воздушными. Антиква, курсивные заголовки, крупные буквицы. Такое сочетание

придаёт изданию особую утончённость. Именно по ней модные журналы той поры узнаются безошибочно.

1930–1940-е годы стали для модных журналов временем серьёзных перемен. Те же стилистические черты встречались и в других изданиях, но война резко всё изменила. Социально-экономические условия заставили обложки отказаться от роскоши. Вместо изысканных туалетов – простые практичные модели. Рисованная графика, прежде доминировавшая, уступила место фотографии. Та стала восприниматься как документальный репортаж. В начале века, как указывают исследователи [7], модные журналы предпочитали портреты – те делали акцент на индивидуальности. В военные годы подход стал практичным и унифицированным. Этого требовали условия. Мода перестала быть камерной, превратилась в массовый продукт. И социально-исторический контекст сыграл здесь ключевую роль.

Обложка «Mode du Jour» за 1940 год наглядно показывает, как всё изменилось. Вместо привычной графики – фотопортрет женщины. Он и передаёт актуальные модные тенденции (рис. 73). Внутри журнал ещё хранит следы прежнего стиля, но заметно упростился. Фигуры моделей свободно разбросаны по листу. Рисунки условны: грубые линии, плоские тональные заливки. И рисунки, и фотографии заключены в фигурные рамки – так подчёркивается единое визуальное решение. Типографика тоже отражает дух времени. Текст в две колонки. Основной набор – классическая антиква. Заголовки – декоративные шрифты. А вот качество полиграфии явно упало. Поля стали уже. Бумага тоньше. Цветные иллюстрации исчезли. Всё это – ограничения военного времени, которые напрямую сказались на выпуске модных изданий.

Обязательная модульная сетка, гротескные шрифты и асимметричная композиция – эти принципы, сформулированные Биллом М., легли в основу интернационального стиля графического дизайна. Зародился он в Швейцарии в 1920-е годы на базе национальных художественных традиций, а пика достиг в 1950–1970-е годы. Сложившаяся на этих правилах единая визуальная система отличается строгим минимализмом рекламных материалов, модульной структурой

плакатов, доминированием гротескных шрифтов в наборе и акциденции [62]. Рациональный и практичный, этот стиль превратился в универсальный язык графического дизайна середины XX века и оказал серьёзное воздействие на мировую визуальную культуру.

Vogue 1951 года – наглядный пример того, как интернациональный стиль проник в модную периодику (рис. 74) [98]. Вёрстка здесь выстроена на прямоугольных фотографиях, которые подаются то с полями, то «навывлет», а иногда и вовсе обрезаются до фрагмента, чтобы страница не выглядела статичной. Иллюстрации сделаны в цветной графике: энергичная линия, смелые цветовые контрасты, акцент на силуэте. Типографика тоже выдержана по швейцарским канонам: заголовки – гротески, основной текст – антиква, и между ними возникает заметное напряжение. Но главное – модульная структура. Каждая страница собрана из аккуратно расставленных блоков, подчинённых общей сетке. Чувствуется, что дизайнеры стремились к порядку и рациональности. Именно эти принципы и отличали интернациональный стиль в модных изданиях 1950-х годов.

В 1950-е французские журналы мод, и особенно влиятельный «L'Officiel de la couture et de la mode de Paris» – печатный рупор Синдиката высокой моды, – не ограничивались наблюдением за модой. Они сами задавали эстетические ориентиры. Соединяли смелые решения в крое с прогрессивными подходами к вёрстке. Обратимся к номеру за 1952 год (рис. 75). Его построение следует принципам швейцарской школы дизайна: снимки и тексты выстроены по модульной сетке. Это сообщает странице геометрическую выверенность, заметные ритмические повторы и контрасты. Текст набран в три колонки классической антиквой, но главный акцент сделан на фотографиях. Особенно показательна обложка: модель в платье «New Look» от Кристиана Диора [29]. Этот силуэт соединил современность с французской роскошью и перевернул взгляды на женскую моду. В таком подходе отразилось типичное для эпохи сочетание строгой графической структуры и свободы модных образов.

Модная периодика разных стран тоже восприняла принципы интернационального стиля. Показательный пример – американский «Harper's

Bazaar» за 1953 год (рис. 76). Здесь всё построено на фотографии. Обложка – снимок модели, классический логотип набран антиквой. Внутренние страницы организованы как система разномасштабных изображений. Они создают визуальные контрасты и ритмические повторы. Прямоугольная геометрия кадров строго выдержана: одни снимки занимают всю полосу, другие поданы выразительными фрагментами. Фотографии, переходящие через корешок, добавляют развороту динамики. Выверенная типографика эту динамику подкрепляет. Так видно, как модульная сетка, асимметрия и функциональная типографика – ключевые черты швейцарского стиля – были приспособлены к задачам модного журнала. При этом издание сохранило собственный визуальный почерк.

В 1960-е годы интернациональный дизайн с его функциональностью и минимализмом отчётливо проявился в визуальном языке модных журналов. Особенно выделяется среди них «Vogue» (рис. 77). К 1963 году рисованные иллюстрации окончательно исчезли с обложек, уступив место фотографии, хотя внутри журналов они сохранялись вплоть до 1980-х, конкурируя с фотоизображениями [7]. На обложке этого выпуска представлен женский портрет, дополненный стандартизированным шрифтовым логотипом, который к концу 1950-х утвердился в едином начертании – антиквой, в отличие от гротеска, используемого в основном тексте. Макет издания построен на вертикальном ритме, подчеркнутым контрастом между заполненным и пустым пространством, а типографика заголовков усиливает этот эффект за счет уменьшенного межбуквенного интервала.

Первые признаки постмодернистской эстетики в модной фотографии появились в западноевропейской и американской рекламе уже в конце 1960-х годов, однако подлинный расцвет этого направления пришелся на 1980-е. Именно в это десятилетие сформировалось осознанное понимание «провокационности» как художественного приема, а постмодернистские визуальные стратегии окончательно вошли в массовую культуру, став доминирующим трендом в модной фотографии. Яркой иллюстрацией этого перехода служит специальный выпуск

журнала «Vogue» 1977–1978 годов (рис. 78), где вместо привычного женского портрета на обложке размещена шрифтовая композиция – копия подписи Шагала М. З., чьему творчеству посвящены материалы номера. Вёрстка этого номера свидетельствует о переменах. Ритм стал менее очевидным, колонки сжаты – сказалась нехватка бумаги. В начале материалов появились большие лиды. Типографика сознательно играет на контрасте: гротеск и антиква соседствуют. Традиционное оформление здесь почти не сохранилось.

Переходное состояние визуальной культуры – между модернизмом и постмодернизмом – отразилось в модных журналах этого периода. С распространением цветной печати они обрели особую энергию. Экспрессивные фотографии. Насыщенные цветовые пятна. Визуальная плотность. Строгая модульная сетка, долго удерживавшая макет в жёстких рамках, отступает. Ей на смену приходят композиции свободные, текучие, нередко аморфные. Лишь местами они создают иллюзию порядка. Полиграфические инновации, таким образом, не ограничились техническим улучшением. Они преобразили сам дизайнерский язык, подарив ему новые средства выразительности.

Модные журналы первой половины XX века демонстрировали поразительную инертность. Да, их оформление следовало за декоративными стилями эпохи: ар нуво в начале 1920-х, ар деко к концу десятилетия и в начале 1930-х. Но авангардные течения с их радикальным новаторством модная периодика практически игнорировала. Она предпочитала проверенные, даже архаичные решения. Переход к геометрии ар деко произошёл с опозданием. Фотография и фотомонтаж входили в модные журналы медленнее, чем в другую печать. Всё это указывает на глубокий традиционализм и осторожность, отличавшие издательскую политику в данной области.

В 1950–1960-е модные журналы пережили глубокую трансформацию. Изменился не только внешний вид, но и сама интонация: показ моды начал напоминать репортаж с элементами киноязыка. Тогда же издания заняли место ключевых медиа, через которые распространялись актуальные тенденции. Это заставило их обратиться к арсеналу швейцарского стиля: лаконичный минимализм,

выверенная модульная сетка, гротески в типографике. К концу 1970-х в оформлении уже угадывались постмодернистские веяния. Они не просто отражали момент, а заранее обозначали грядущие перемены в стилистике, становясь чутким барометром глобальных сдвигов в дизайне.

В 1950–1960-е в СССР сложилась централизованная система моды. В крупных городах появилась сеть Домов мод. При них издавались журналы, которые адаптировали мировые тенденции. Советские модельеры и художники переосмыслили их творчески – в соответствии с требованиями социалистического быта [49]. Такой процесс свидетельствует о значительном влиянии западных модных изданий. Оно сказалось и на содержании, и на визуальной составляющей советских журналов. Однако отечественные издания не были простым копированием. Они представляли собой оригинальный синтез международных тенденций и местной культурной специфики. В нём отражались особенности советской эстетики и социально-экономических условий [50]. А началось всё раньше – в 1930–1940-е, когда советские модные журналы развивались в русле европейских тенденций. Тогда ар деко сочетался с чертами соцреализма как доминирующего художественного метода.

### **Выводы по третьей главе**

1. Исследование показало: зарубежные и советские журналы мод существовали в совершенно разных системах. На Западе издание работало на индустрию роскоши – это был коммерческий инструмент. В СССР журнал обслуживал плановую экономику. Его задача – стандартизировать производство и воспитать рационального потребителя. Отсюда и разница в облике. Оформление здесь подчинялось не брендингу, а пропаганде новой культуры быта. Отсюда утилитарность и идеологическая окраска.

2. Советская модная иллюстрация прошла три этапа. Первый – авангардные поиски 1920-х. Геометризация, синтез искусств, смелые композиционные решения. Второй этап – 1930–1940-е. Переплетение ар деко и соцреализма. Третий – 1960–

1970-е. Рисованную графику постепенно сменила фотография. Такая последовательность стала результатом переплетения идеологических установок, зарубежных влияний и отечественных традиций. Именно это сочетание и сформировало особый облик советской модной графики.

3. В 1950–1960-е модные журналы стали главными проводниками модных идей. А ведь в первой половине XX века они только двигались от ар нуво к ар деко. К концу 1970-х в оформлении появились постмодернистские нотки. Они предугадали будущие перемены в построении стиля. Журналы той поры начали строить сложные визуальные истории. Моделей помещали в необычные места. Зрителя вовлекали в интеллектуальную игру. Основной причиной запаздывания советских журналов мод в освоении стилевых тенденций являлась их функциональная ориентация на задачи плановой экономики, где доминировала утилитарная роль технического издания, а не визуально-коммерческого журнала.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении сформулированы выводы, исходящие из содержания исследования в соответствии с его целью и задачами.

1. Настоящее исследование выявило три этапа развития отечественной модной прессы до 1917 года: формирование базовых типов изданий (литературных, по домоводству и модам) в конце XVIII – середине XIX века; трансформацию в литературно-общественный формат под влиянием женского движения и социальных изменений в середине XIX – начале XX века; и окончательное разделение на массовые (моды, домоводство) и специализированные издания в начале XX века, что отражает тесную связь эволюции прессы с социокультурными изменениями в обществе. В предреволюционный период под влиянием этого формируется особый тип массового периодического издания – журнал мод.

Исследовав журналы мод в широких временных рамках, были определены их основные функции на примере отечественной модной периодики: журнал мод в качестве источника для исторического, историографического и формально-стилистического анализа моды; журнал мод в качестве системы проектирования визуальных коммуникаций; журнал мод в качестве инструмента для анализа Домов моды; журнал мод как источник для цифровой реконструкции исторического костюма.

В работе показано, что эволюция журнала мод проявляется в нескольких вещах. Соотношение текста и изображения – от рисованной гравюры XIX века к фотографии XX века. Композиционное решение страницы. Сочетание фотоиллюстраций и рисованных элементов. Всё это маркеры развития издания. Эта эволюция отражала не только технический прогресс, но и изменение задач журнала – от утилитарного руководства по шитью к созданию эстетического идеала и инструмента визуальной коммуникации эпохи. А ключевой предпосылкой для реализации всех перечисленных функций выступает специфика журнала мод как издания, априорно ориентированного на креолизированный текст. Неразрывное единство вербального и визуального рядов здесь не просто стилистическая

особенность. Это системообразующий фактор.

Степень креолизации текста оказалась напрямую связана с типологией изданий. У нарративного типа креолизация частичная: словесный ряд играет самостоятельную роль, не дублируя изображение, а дополняя его. Прикладной тип устроен иначе – здесь креолизация полная. Рисунок и техническое описание модели слиты настолько, что образуют единое целое. Особенно это заметно в изданиях с выкройками. А особняком стоял экспериментальный журнал «Ателье» (1923) – уникальный образец синтеза научного анализа моды, авангардного искусства и проектной графики. Что касается советской модной периодики 1920–1930-х годов, то она в целом ориентировалась на французские прикладные издания, и эта типологическая модель сохранялась без существенных изменений вплоть до 1980-х.

Отечественная модная периодика, проходя типологические изменения, одновременно формировала собственный графический язык, соединявший западные веяния с национальной спецификой. Международные стили – ар нуво, ар деко, интернациональный стиль – не перенимались механически: их критически перерабатывали, пропуская через местные культурные коды и идеологические установки. Из этого соседства родилась узнаваемая визуальная традиция, в которой функция и идеология часто перевешивали чистую эстетику.

Таким образом, журнал мод занимает в периодике отдельное место. Его можно рассматривать как особый объект графического дизайна, потому что у него свои функции, своя типология, собственный визуальный язык и логика стилеобразования.

2. Установлена основная периодизация советского журнала мод. В 1920-е годы модные журналы существовали в условиях частной и кооперативной инициативы. Они быстро реагировали на рыночный спрос, отражали увлечения разных групп эпохи НЭПа, а их оформление задавали смелые рисунки художников-авангардистов. К 1930-м этот период завершился. На смену творческой свободе пришла строгая унификация, которая охватила и производство одежды, и модную периодику.

В 1930-е годы в СССР произошло становление швейной промышленности как самостоятельной отрасли экономики, что сопровождалось развитием специализированных модных изданий. Эти журналы, сохраняя отраслевую направленность, отражали новую эстетику соцреализма, вобравшую в себя элементы европейского ар деко. Их визуальный язык отличался геометризацией форм, декоративными орнаментами, контрастной цветовой гаммой и выразительной типографикой.

В послевоенный период (1940–1960-е гг.) в СССР сложилась централизованная система моды, что проявилось в создании сети Домов моделей по всей стране. Модные издания этого времени, выполненные в формате иллюстрированных альбомов, выполняли важную функцию популяризации работы советских модельеров. Примечательно региональное распределение ролей: московские журналы задавали основные тенденции, рижские – адаптировали европейские модные веяния, что в совокупности формировало единый стиль советской модной иллюстрации, включая ленинградские издания.

В позднесоветский период (1970–1980-е гг.) наблюдалась значительная эволюция модной индустрии, обусловленная ростом благосостояния и культурных запросов населения. Характерной особенностью модных изданий этого времени была их ориентация на домашний пошив одежды, что соответствовало реалиям советского потребительского рынка. Однако к концу 1980-х, в условиях социально-политических изменений, произошла заметная трансформация издательской концепции – советские журналы начали адаптировать западные форматы, в частности, перенимая опыт журнала «Burda». Этот сдвиг отражал кардинальные изменения в системе производства и потребления модной продукции накануне распада СССР.

Таким образом, можно выделить основные этапы эволюции художественно-графического облика советского журнала мод: частно-кооперативные модные издания (1920-е годы), отраслевые журналы мод довоенного периода (1930–1940-е годы), модные издания ведущих моделирующих организаций Советского Союза (1940–1980-е годы), универсальные модные журналы (середина 1980-х – начало

1990-х годов).

3. Исследование показало, что зарубежные и советские журналы мод существовали в совершенно разных условиях. Первые были частью коммерческой индустрии роскоши, вторые работали на плановую экономику: они продвигали стандартизацию производства и воспитывали рационального потребителя. Из этого вытекало и отношение к визуальному оформлению. Советским журналам важно было не продвигать бренд, а пропагандировать новый быт. Поэтому их графика была утилитарной и идеологически выстроенной.

В ходе работы удалось проследить, как развивалась советская модная иллюстрация в журналах и печатных изданиях. Она прошла три основных этапа. Первый – авангардные поиски 1920-х: геометризация, синтез искусств. Второй – 1930–1940-е, где встретились ар деко и соцреализм. Третий – 1960–1970-е, когда графика постепенно уступала место фотографии. За этими изменениями стоит непростое переплетение идеологии, внешних влияний и профессиональных традиций. Именно оно и сформировало советскую модную графику как особое явление.

В первой половине XX века зарубежные модные журналы активно работали с декоративными стилями – от ар нуво до ар деко. К 1950–1960-м годам они стали главным каналом распространения модных тенденций: перенимали принципы швейцарского стиля, его минимализм, модульные сетки и гротескные шрифты. Ближе к концу 1970-х в оформлении всё заметнее проявлялись постмодернистские черты, которые во многом готовили почву для следующих визуальных перемен. Журналы того времени начали выстраивать сложные визуальные сюжеты. Моделей снимали в необычных пространствах. Зрителя вовлекали в подобие интеллектуальной игры. Советские модные издания осваивали эти тенденции с опозданием. Причина – их функция. Они обслуживали плановую экономику. Существовали скорее как технические издания, а не как визуально-коммерческие журналы.

Таким образом, главное отличие советских модных журналов от зарубежных состояло в их основе. Западные издания были коммерческими: их выпускали ради

прибыли и подстраивали под рынок. Советские работали иначе. Они показывали работу Домов мод и продвигали утверждённые образцы промышленного производства. Это была скорее рекламно-информационная модель, чем бизнес. Такая специфика напрямую влияла на оформление: международные тенденции пропускались через советскую эстетику, но при этом журналы сохраняли своё лицо. В результате сложилось особое явление в истории графического дизайна периодики.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ***на русском языке*

1. Адарюков, В. Я. Русская книжная и журнальная графика начала XX века / В. Я. Адарюков. – Москва : Искусство, 1969. – 178 с. : рис.
2. Алексеева, М. А. Художественная иллюстрация в русском журнале XVIII–XX веков / М. А. Алексеева. – Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2002. – 368 с. : рис.
3. Алексеева, Т. В. Русская периодическая печать и художественная культура / Т. В. Алексеева. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1989. – 192 с.
4. Анджилетти, Н. Современная модная иллюстрация / Н. Анджилетти. – Милан : Mondadori, 2022. – 160 p. : col. Ill.
5. Армстронг, Л. Искусство и мода: диалог жанров / Л. Армстронг. – Чикаго : University of Chicago Press, 2022. – 264 p. : ill.
6. Аронов, В. Р. Эстетика в дизайне: антропогенные факторы формообразования / В. Р. Аронов. – Москва : Архитектура-С, 2005. – 232 с.
7. Архипова, Н. А. Фотография постмодерна в журналах мод / Н. А. Архипова // Известия вузов. Технология текстильной промышленности. – 2011. – № 4. – С. 168–170.
8. Архипова, Н. А. Эволюция художественно-графического языка иллюстраций журналов мод : автореф. дис. ... канд. иск. : 17.00.06 / Н. А. Архипова. – Москва, 2011. – 20 с.
9. Арутчева, Д. Д. Трансформация изобразительных приемов графики моды в контексте истории развития дизайна костюма / Д. Д. Арутчева // Сфера культуры. – 2025. – № 1 (19). – С. 51–60.
10. Авдеева, А. А. Типографика как новая визуальная коммуникация в композиции дизайна обложек журналов мод XXI века / А. А. Авдеева // Диск-2017 : сб. науч. тр. МГУДТ. – 2017. – С. 170–172.
11. Бабюк, М. И. К вопросу о частной периодической печати в СССР в условиях 1920-х годов / М. И. Бабюк // Медиаскоп. – 2020. – № 1. – С. 1.

12. Баруэт, Дж. Мода и искусство иллюстрации / Дж. Баруэт. – Нью-Йорк : Harper Design, 2021. – 192 p. : col. ill.
13. Безмоздин, Л. Н. В мире дизайна / Л. Н. Безмоздин. – Ташкент : Фан, 1990. – 319 с.
14. Блиничева, В. А. Визуальная культура в дизайне одежды / В. А. Блиничева. – Санкт-Петербург : СПГУПТД, 2019. – 184 с. : цв. рис.
15. Блекмен, К. 100 лет модной иллюстрации / К. Блекмен ; пер. с англ. А. Н. Степановой. – Москва : КоЛибри, 2018. – 439 с. : цв. рис.
16. Блум, С. История модной иллюстрации от XVI века до наших дней / С. Блум. – Москва : Эксмо, 2016. – 320 с. : рис.
17. Боров, Ю. Б. Эстетика : учебник / Ю. Б. Боров. – 5-е изд., доп. – Москва : Русь-Олимп, 2007. – 829 с.
18. Васильев, А. А. Красота в изгнании: творчество русских эмигрантов первой волны: искусство и мода / А. А. Васильев. – Москва : Слово, 2006. – 480 с.
19. Ванькович, С. М. Цифровой дизайн в моде: технологии будущего / С. М. Ванькович. – Москва : Эксмо, 2022. – 256 с. : цв. рис.
20. Ванькович, С. М. Влияние живописи постимпрессионизма на графику журналов мод первой половины XX века / С. М. Ванькович, Д. С. Сережкина // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки. – 2018. – № 1. – С. 8–13.
21. Ванькович, С. М. Советская мода первой половины XX века глазами художников-графиков / С. М. Ванькович // Мода и дизайн: исторический опыт – новые технологии : сб. тр. XXII Междунар. науч. конф. – Санкт-Петербург, 2019. – С. 168–173.
22. Ванькович, С. М. Эволюция женского костюма в европейской моде 1900–1920-х гг. / С. М. Ванькович // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. – 2021. – Ч. 1. – № 4. – С. 329–337.
23. Ванькович, С. М., Денисова, О. Е. Первый опыт создания советской моделирующей организации в Ленинграде (1930–1940-е гг.) / С. М. Ванькович, О.

- Е. Денисова // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки. – 2021. – № 1. – С. 3–12.
24. Виппер, Б. Р. Статьи об искусстве / Б. Р. Виппер. – Москва : Искусство, 1970. – 591 с.
25. Власов, В. Г. Стили в искусстве : энциклопедия / В. Г. Власов. – Санкт-Петербург : Кольна, 1998. – 672 с. : рис.
26. Ган, А. М. Конструктивизм / А. М. Ган. – Тверь : Тверское издательство, 1922. – 70 с.
27. Гинсбург, М. Культурный код модной иллюстрации / М. Гинсбург. – Москва : Рипол-классик, 2019. – 288 с. : рис.
28. Голлербах, Э. Ф. История графического искусства и книгопечатания в России / Э. Ф. Голлербах. – Ленинград : Academia, 1925. – 320 с. : рис.
29. Гомер, К. Dior. История модного дома / К. Гомер. – Москва : ОДРИ, 2023. – 160 с.
30. Грекова, А. Р. Вопросы цифровизации в дизайне костюма / А. Р. Грекова // Костюмология. – 2021. – № 1. – С. 1–12.
31. Григорян, Е. Товарные знаки / Е. Григорян // Техническая эстетика. – 1967. – № 7. – С. 18–19.
32. Гусева, М. А. Параметризация цифровой антропометрической информации для 3D-проектирования швейных изделий / М. А. Гусева // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – 2019. – С. 130–137.
33. Денисова, О. Е. Формирование и развитие советской моделирующей организации в Ленинграде (1950–1970-гг) / О. Е. Денисова // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. – 2023. – Т. 59, № 1. – С. 131–138.
34. Денисова, О. Е. Дизайн модных журналов Ленинградского Дома моделей одежды (1930–1990-е гг.) / О. Е. Денисова // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. – 2022. – Т. 57, № 3. – С. 117–121.
35. Елсукова, С. О. Сюжетно-композиционное решение в иллюстрациях обложек

- журналов мод 1920–1930-х гг. / С. О. Елсукова // Молодёжный вестник СПбГИК. – 2016. – № 1 (5). – С. 111–113.
36. Жердев, Е. В. Семиотика промышленного искусства / Е. В. Жердев. – Москва : ВНИИТЭ, 1990. – 112 с.
37. Журавлёв, С. В. Мода по плану: история моды и моделирования одежды в СССР, 1917–1991 / С. В. Журавлёв, Ю. Гронов. – Москва : Институт российской истории РАН, 2013. – 496 с.
38. Журнал мод: весна-лето 1937 года / Дом моделей треста Ленинградодежда. – Ленинград : Ленгосполиграфконтора, 1937. – 40 с.
39. Журнал мод / Московский Дом моделей. – Москва : Министерство промышленных товаров широкого потребления СССР, 1945.
40. Знамеровская, Т. П. Проблемы кватроченто и творчество Мазаччо / Т. П. Знамеровская. – Ленинград : Изд-во Ленинградского университета, 1975. – 160 с.
41. Каган, М. С. Морфология искусства / М. С. Каган. – Ленинград : Искусство, 1972. – 440 с.
42. Каминская, Н. М. История костюма : учеб. пособие для сред. спец. учеб. заведений легкой пром-сти / Н. М. Каминская. – Москва : Легпромбытиздат, 1977. – 127 с.
43. Кантор, К. М. Правда о дизайне : дизайн в контексте культуры доперестроечного тридцатилетия (1955–1985) / К. М. Кантор. – Москва : Анир, 1996. – 285 с.
44. Каск, А. Н. Жанровая структура, сюжетика, эстетика журнальной иллюстрации в России XVIII–XIX вв. : автореф. дис. ... канд. иск. : 17.00.04 / А. Н. Каск. – Москва, 2011. – 29 с.
45. Кирикова, Б. М. Золотой треугольник Петербурга. Конюшенные: улицы, площадь, мосты. Историко-архитектурный путеводитель / Б. М. Кирикова. – Москва : Центрполиграф, 2017. – 608 с.
46. Кирган, Д. А. Журналы мод в советской модной индустрии (1930–1960-е годы) / Д. А. Кирган // Графический дизайн: традиции и инновации : сборник научных трудов международной научно-практической конференции, Санкт-

Петербург, 3–4 декабря 2024 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2024. – С. 44–53.

47. Кирган, Д. А. Журналы мод, издаваемые в Санкт-Петербурге в XVIII–XIX веках / Д. А. Кирган // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. – 2022. – № 1. – С. 157–161.

48. Кирган, Д. А. Советский частно-кооперативный журнал мод / Д. А. Кирган // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. – 2024. – Т. 66, № 2. – С. 116–121.

49. Кирган, Д. А. Становление журнала мод Ленинградского Дома моделей / Д. А. Кирган // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки. – 2024. – № 4. – С. 47–53.

50. Кирган, Д. А. Стилистика дизайна зарубежных журналов мод (1920–1980-е годы): основные этапы / Д. А. Кирган // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки. – 2025. – № 2.

51. Кирган, Д. А. Эволюция логотипа Ленинградского Дома моделей одежды на страницах журнала мод / Д. А. Кирган // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. – 2024. – № 3. – С. 287–292.

52. Кирган, Д. А. Отечественная практика цифровой реконструкции исторического костюма / Д. А. Кирган // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. – 2023. – № 2. – С. 198–202.

53. Кирган, Д. А. Первый советский модный журнал «Ателье» в системе массовых коммуникаций в области моды / Д. А. Кирган // Медиасреда. – 2025. – № 1. – С. 29–34.

54. Кирган, Д. А. Формирование индивидуального стиля петербургского Модного дома Lilia Kisselenko / Д. А. Кирган, С. М. Ванькович // Известия высших

учебных заведений. Технология легкой промышленности. – 2022. – Т. 58, № 4. – С. 78–83.

55. Кирган, Д. А., Лаптев, В. В. Французские журналы мод (1920–1930-е годы). Основные виды и тенденции визуальных концепций / Д. А. Кирган, В. В. Лаптев // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПУ. – 2025. – № 1. – С. 170–182.

56. Клинова, М. А. Советская мода второй половины 1940-х годов на страницах модных и сатирических изданий / М. А. Клинова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: История. Политология. Социология. – 2021. – № 1. – С. 65–70.

57. Кузнецова, М. М. Дизайн костюма: теория и практика / М. М. Кузнецова. – Москва : Рос. гос. ун-т им. А. Н. Косыгина, 2018. – 215 с. : рис.

58. Курбатова, А. К. Петербургские журналы мод конца XIX – начала XX века: история и типология / А. К. Курбатова. – Санкт-Петербург : РГПУ им. А. И. Герцена, 2015. – 214 с. : рис.

59. Лаврентьев, А. Н. История дизайна : учеб. пособие / А. Н. Лаврентьев. – Москва : Гардарики, 2007. – 303 с. : рис.

60. Ланд, Дж. К. Иллюстрация в цифровую эпоху / Дж. К. Ланд. – Сан-Франциско : Chronicle Books, 2019. – 160 p. : ill.

61. Лаптев, В. В. Монтаж факта. Фото– и инфографика в иллюстрированном журнале «СССР на стройке» / В. В. Лаптев // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. – 2024. – Т. 68, № 4. – С. 133–141.

62. Лаптев, В. В. Типографика: порядок и хаос / В. В. Лаптев. – 2-е изд., доп. – Москва : АВАТАР, 2015. – 223 с.

63. Лола, Г. Н. Дизайн. Опыт метафизической транскрипции / Г. Н. Лола. – Москва : Прогресс-Традиция, 1998. – 288 с.

64. Лосев, А. Ф. Проблема художественного стиля / А. Ф. Лосев. – Киев : Collegium, 1994. – 288 с.

65. Лотман, Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – Санкт-Петербург : Искусство-СПб, 2000. – 704 с.

66. Луначарский, А. В. Своевременно ли подумать рабочему об искусстве одеваться? / А. В. Луначарский // Искусство одеваться : беспл. пррис. к журн. «Красная панорама». – Ленинград : Красная звезда, 1928. – № 1. – 18 с.
67. Луппов, С. П. История строительства Петербурга в первой четверти XVIII века / С. П. Луппов. – Москва ; Ленинград : Академия наук СССР, 1957. – 190 с.
68. Люсьер, С. Визуальные нарративы моды / С. Люсьер. – Лондон : Bloomsbury, 2018. – 272 p. : ill.
69. МакКен, К. Цифровая иллюстрация в моде / К. МакКен. – Москва : Бомбора, 2021. – 184 с. : цв. рис.
70. Маньковская, Н. Б. Эстетика моды / Н. Б. Маньковская. – Москва : ИФ РАН, 2014. – 320 с.
71. Мерцалова, М. Н. Костюм разных времен и народов : в 4 т. / М. Н. Мерцалова. – Москва : Академия Моды, 1993–2001.
72. Михайлов, С. М. История дизайна : в 2 т. Т. 1 / С. М. Михайлов, К. М. Михайлова. – Москва : Союз Дизайнеров России, 2002. – 280 с. : рис.
73. Моды: 1948–1949 / Главное управление легкой промышленности Министерства местной промышленности Эстонской ССР. – Таллин : Бланкоиздательство, 1948. – 63 с.
74. Москвин, А. Ю. Виртуальная и материальная реконструкция костюмов, представленных на русских лубочных картинках / А. Ю. Москвин, В. Е. Кузьмичев // Мода и дизайн: исторический опыт – новые технологии : материалы XXIV Междунар. науч. конф. – Санкт-Петербург, 2021. – С. 75–78.
75. Москвин, А. Ю. Цифровые двойники текстильных материалов костюмов для визуализации исторических костюмов / А. Ю. Москвин // Технология текстильной промышленности. – 2022. – № 2. – С. 86–93.
76. Наговицына, Т. В. Авторский рисунок на обложках журналов мод 20 века / Т. В. Наговицына // 42 науч.-техн. конф. преподавателей и студентов : сб. науч. тр. ВГТУ. – 2009. – С. 140–141.
77. Наговицына, Т. В. Отражение времени в обложках журналов мод / Т. В. Наговицына // 44 научно-техническая конференция преподавателей и студентов

университета : сб. докл. – Витебск, 2011. – С. 228–230.

78. Нестерова, М. А. Модные журналы XVIII–XX вв.: история появления и этапы развития немецких изданий / М. А. Нестерова // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2015. – № 3 (24). – С. 117–124.

79. Новикова, Я. А. Современная fashion-фотография в контексте визуализации медиа / Я. А. Новикова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. – 2022. – № 1 (21). – С. 52–59.

80. Олива, А. Иллюстрация как искусство / А. Олива. – Барселона : Promopress, 2020. – 224 p. : ill.

81. Овен, В. Будущее визуальной моды / В. Овен. – Лос-Анджелес : Getty Publications, 2020. – 144 p. : col. ill.

82. От редакции // Ателье. – 1923. – № 1. – С. 3.

83. Парселл, К. В. Тенденции современной модной иллюстрации / К. В. Парселл. – Филадельфия : Running Press, 2022. – 176 p. : ill.

84. Пейер, В. Эстетика модного образа / В. Пейер. – Париж : Éditions du Regard, 2015. – 192 p. : ill.

85. Рескин, Дж. Лекции об искусстве / Дж. Рескин ; пер. с англ. П. Коган. – Москва : Б.С.Г.-Пресс, 2019. – 413 с.

86. Ревлинг, Е. Х. Визуальный язык моды: от гравюры к цифре / Е. Х. Ревлинг. – Лондон : Laurence King, 2017. – 208 p. : ill.

87. Робинсон, Дж. Модная иллюстрация: история и современность / Дж. Робинсон. – Нью-Йорк : Abrams, 2020. – 240 p. : col. ill.

88. Рук, П. Модная фотография и фотожурналистика: позирующее для журнала Vu / П. Рук // Теория моды: одежда, тело, культура. – 2019. – № 54. – С. 153–184.

89. Саиди, Д. Р. Моделирование конструкции одежды по технологии 3D / Д. Р. Саиди // Universum: Технические науки. – 2019. – № 1. – С. 58–62.

90. Сидоренко, В. Ф. Генезис проектной культуры и эстетика дизайна / В. Ф. Сидоренко. – Москва : Союз Дизайнеров России, 2003. – 256 с.

91. Сиверина, Н. А. Отечественная и мировая мода на страницах советских журналов мод 1980-х начала 1990-х годов / Н. А. Сиверина // Труды СПбГИК. –

2010.

92. Смеюха, В. В. Отечественные женские журналы: классификационно-типологический аспект (1779–2000 гг.) / В. В. Смеюха // Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – № 5.
93. Собрание постановлений правительства СССР за 1962 г. № 1–21 / Управление делами Совета Министров СССР. – Москва : Госюриздат, 1962. – 588 с.
94. Столович, Л. Н. Философия. Эстетика. Смех / Л. Н. Столович. – Санкт-Петербург : Тарту, 1999. – 384 с.
95. Стриженова, Т. К. Из истории советского костюма / Т. К. Стриженова. – Москва : Советский художник, 1972. – 110 с.
96. Суровенко, Н. А. Модные журналы Петербурга 1898–1903 годов / Н. А. Суровенко. – Санкт-Петербург : Институт Петербурга, 2002. – С. 53–68.
97. Уотсон, Л. Экспериментальная модная иллюстрация / Л. Уотсон. – Лондон : Batsford, 2021. – 128 p. : col. ill.
98. Усанова, А. Л. Обложка журнала «Vogue» (1892–1990) и основные тенденции в графическом дизайне XX в. / А. Л. Усанова, Е. А. Якубовская // Культурное наследие Сибири. – 2018. – № 2 (26). – С. 59–63.
99. Фогг, М. Визуальные коды моды XXI века / М. Фогг. – Москва : АСТ, 2020. – 208 с. : цв. рис.
100. Храбрый, И. С. Санкт-Петербург. Три века архитектуры / И. С. Храбрый. – Санкт-Петербург : Норинт, 1999. – 60 с.
101. Цветков, Х. Т. Последние моды: Журнал для женщин / Х. Т. Цветков. – Москва ; Ленинград, 1926. – № 4. – 33 с.
102. Черняк, Е. А. История моды как культурный феномен / Е. А. Черняк. – Москва : Инфра-М, 2020. – 312 с. : рис.
103. Шмидт, К. Искусство модной иллюстрации: эволюция стиля / К. Шмидт. – Берлин : Gestalten, 2019. – 256 p. : col. ill.
104. Щеглова, Т. М., Ноздрачева, Т. М., Диева, О. Н. История журналов мод в России. Успех журнала «Ателье» (к 100-летию выпуска журнала «Ателье») / Т. М.

Щеглова, Т. М. Ноздрачева, О. Н. Диева // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2023. – № 5 (407). – С. 243–251.

105. Экстер, А. А. Простота и лаконичность в одежде / А. А. Экстер // Ателье. – 1923. – № 1. – С. 3–5.

*на иностранных языках*

106. Arnason, G. History of Modern Art / G. Arnason. – 7th ed. – London : Thames & Hudson, 2012. – 856 p. : ill.

107. Bado, F. Fashion Illustration Now / F. Bado. – Paris : Flammarion, 2020. – 224 p. : col. ill.

108. Baker, J. Fashion and Cultural Studies / J. Baker. – London : Bloomsbury, 2021. – 248 p.

109. Best, K. N. The history of fashion journalism / K. N. Best. – London : Bloomsbury Publishing, 2017.

110. Butler, C. Fashion and Art / C. Butler. – New Haven : Yale University Press, 2020. – 256 p. : col. ill.

111. Cheng, L., Tandoc Jr, E. C. From magazines to blogs: The shifting boundaries of fashion journalism / L. Cheng, E. C. Tandoc Jr // Journalism. – 2022. – Vol. 23, № 6. – P. 1213–1232.

112. Cumming, V. Understanding fashion history / V. Cumming. – London : Batsford Books, 2021.

113. Frescini, F. Digital Fashion Illustration / F. Frescini. – Milan : Hoepli, 2022. – 192 p. : col. ill.

114. Ganteführer-Trier, A. Fashion and Art / A. Ganteführer-Trier. – Köln : Taschen, 2019. – 192 p. : col. ill.

115. Harrison, A. Contemporary Fashion Illustration / A. Harrison. – London : Batsford, 2021. – 144 p. : ill.

116. Hopkins, D. Fashion and Modernity / D. Hopkins. – Manchester : Manchester University Press, 2020. – 288 p. : ill.

117. Hurtney, E. Visual Culture in Fashion / E. Hurtney. – London : Laurence King,

2019. – 208 p. : ill.

118. Joselit, D. *After Art* / D. Joselit. – Princeton : Princeton University Press, 2018. – 136 p.

119. Levy, E. *Fashion and Its Social Agendas* / E. Levy. – Chicago : University of Chicago Press, 2017. – 304 p.

120. Lusier, S. *Fashion Drawing* / S. Lusier. – London : Bloomsbury, 2022. – 192 p. : col. ill.

121. Martin, R. *Fashion and Surrealism* / R. Martin. – New York : Rizzoli, 1987. – 256 p. : ill.

122. Morrin, D. *The foundation of American women's fashion magazines* / D. Morrin // *Fashion, Style & Popular Culture*. – 2020. – Vol. 7, № 2–3. – P. 247–257.

123. Müller, F. *Art of Fashion : 100 Years of Costume Design* / F. Müller. – Amsterdam : Voight, 1999. – 320 p. : col. ill.

124. Olaen, J. C. *The Art of Fashion Illustration* / J. C. Olaen. – San Francisco : Chronicle Books, 2021. – 160 p. : ill.

125. Perry, J. *Fashion Theory: A Reader* / J. Perry. – 2nd ed. – London : Routledge, 2021. – 512 p.

126. Steele, V. *Fifty Years of Fashion : New Look to Now* / V. Steele. – New Haven : Yale University Press, 2000. – 224 p. : ill.

127. Terni, T. *A Timeline of Fashion* / T. Terni. – New York : Batsford, 2018. – 224 p. : col. ill.

128. Whitfield, C. *The Illustration of Fashion* / C. Whitfield. – London : Thames & Hudson, 2017. – 240 p. : col. ill.

### *Электронные источники*

129. Котляревская, Н. В. Авторская графика в контексте развития современной fashion-иллюстрации [Электронный ресурс] / Н. В. Котляревская, Н. И. Красовская // *Костюмология*. – 2020. – Т. 5, № 1. – URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/18IVKL120.pdf> (дата обращения: 21.04.2025).

130. Moskvina, A. Reconstructing historical costumes from Russian lubok prints (18th–19th century) [Электронный ресурс] / A. Moskvina. – URL: [https://www.youtube.com/playlist?list=PLCTQCzEpoeLuo\\_6RFLyIWZcO8f-c0LcaM](https://www.youtube.com/playlist?list=PLCTQCzEpoeLuo_6RFLyIWZcO8f-c0LcaM) (дата обращения: 15.03.2025).

## ПРИЛОЖЕНИЕ



Рисунок 1 – «Модное ежемесячное издание или Библиотека для дамского туалета». Сентябрь 1779 г. Часть 3. Российская национальная библиотека



Рисунок 2 – «Мода: Журнал для светских людей». Май 1855 г. Личный архив

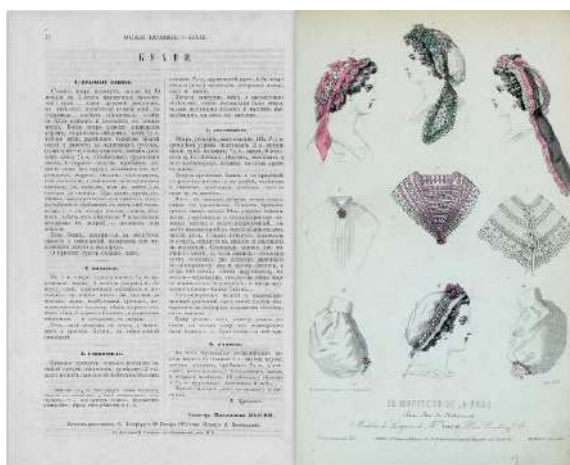


Рисунок 3 – «Модный магазин». 1862 г. № 3. Страницы 72-73. Российская национальная библиотека



Рисунок 4 – «Новый русский базар». 1882 г. № 3. Страницы 28-29. Российская национальная библиотека



Рисунок 5 – «Вестник моды». 1904 г. № 25. Страницы 294, 299. Российская национальная библиотека



Рисунок 6 – «Вестник моды для модисток». 1891 г. № 1. Российская национальная библиотека



Рисунок 7 – «Модный курьер». 1915 г. № 15-16. Страницы 148-149. Российская национальная библиотека



Рисунок 8 – Эскизы для коллекции «Невской мануфактуры». Художник  
Киселенко Л. 1995 г. Личный архив



Рисунок 9 – Весенне-летняя «Коллекция № 1». 1997 г. Личный архив



Рисунок 10 – Осенне-зимняя «Коллекция № 5». 1999 г. Личный архив



Рисунок 11 – Весенне-летняя «Коллекция № 12». Фотограф Турбевиц Д. 2003 г.  
Личный архив



Рисунок 12 – Весенне-летняя «Коллекция № 16». 2005 г. Личный архив



Рисунок 13 – Весенне-летняя «Коллекция № 22». 2008 г. Личный архив



Рисунок 14 – Весенне-летняя «Коллекция № 50». 2022 г. Личный архив



a

6

Рисунок 15 – Комплект лекал Ленинградского Дома моделей, 1946 г.

Личный архив:

а – комплект лекал Ленинградского Дома моделей, 1946 г.;

б – логотип Ленинградского Дома моделей до 1950 г.



а



б

Рисунок 16 – Журнал Ленинградского Дома моделей  
«Альбом мод. Сезон осень-зима 1952–1953 гг.», 1952 г. Российская  
национальная библиотека:

а – обложка журнала Ленинградского Дома моделей

«Альбом мод. Сезон осень-зима 1952–1953 гг.», 1952 г.;

б – логотип Ленинградского Дома моделей с 1951 по 1958 гг.



а



б

Рисунок 17 – Журнала Ленинградского Дома моделей «Моды», №1, 1959  
г. Российская национальная библиотека:

а – обложка журнала Ленинградского Дома моделей «Моды», №1, 1959

г.;

б – логотип Ленинградского Дома моделей с 1959 по 1969 гг.



а



б

Рисунок 18 – Иллюстрированный журнал мод  
Ленинградского Дома моделей одежды «Мода», №1, 1975 г. Российская  
национальная библиотека:

а – обложка иллюстрированного журнала мод  
Ленинградского Дома моделей одежды «Мода», №1, 1975 г.»;  
б – логотип Ленинградского Дома моделей одежды с 1972 г.



Рисунок 19 – Дама в муаровом платье на кринолине. J. Douglas & Son.  
Glasgow, 1860-е годы. Фотография из частной коллекции Васильева А. А.



Рисунок 20 – Шелковое платье на кринолине, 1860-е годы. Цифровая реконструкция, 2019 г.

Авторы: Москвин А. Ю., Москвина М. А., Кузьмичев В. Е. Личный архив



Рисунок 21 – Костюм для работы и улицы. Рисунок Мухиной В. И., идея Ламановой Н. П.

Альбом с рисунками костюмов «Искусство в быту». 1925 г. Личный архив



Рисунок 22 – Воссозданный образ из альбома «Искусство в быту».

Авторы: Рада С., Вольфсон Ю. 2023 г. Личный архив



Рисунок 23 – Журнал «Вестник моды». № 7. 1920-е гг. Личный архив



Рисунок 24 – Воссозданный образ из журнала «Вестник моды».

Авторы: Рада С., Вольфсон Ю. 2023 г. Личный архив



Рисунок 25 – Обложка и разворот журнала «Le Jardin de Modes». Вожель Л., 1922 г. Личный архив



Рисунок 26 – Обложка и разворот журнала «Le Jardin de Modes». Аноним, 1933 г.

Личный архив



Рисунок 27 – Обложка и разворот журнала «L'Officiel de la couture et de la mode de Paris». Аноним, 1936 г. Личный архив

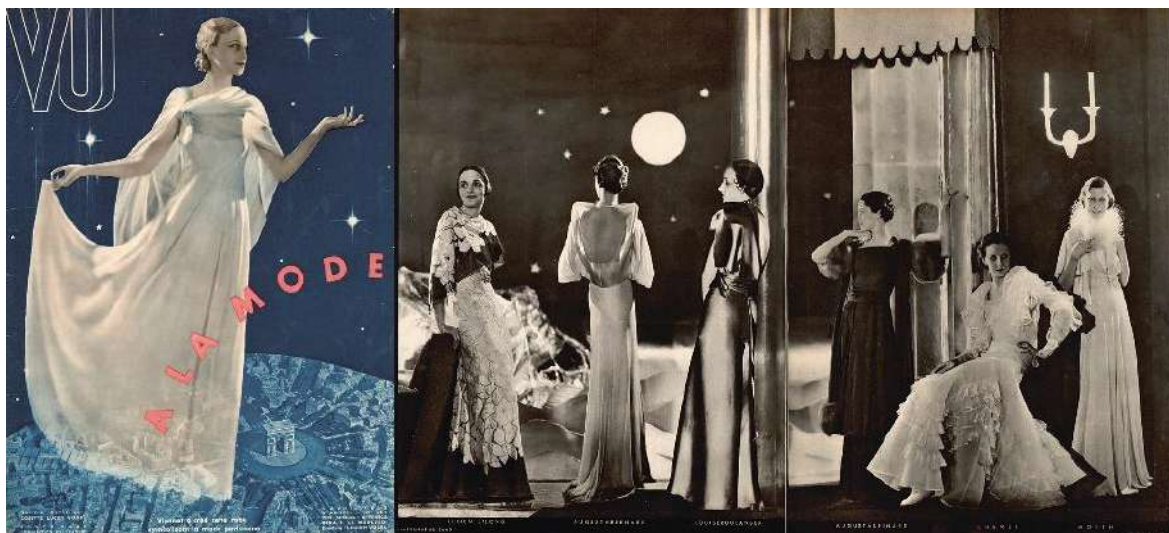


Рисунок 28 – Обложка и разворот специального выпуска журнала «Vu».

Александр Либерман А. С., 1933 г. Личный архив



Рисунок 29 – Обложка и разворот журнала «Vogue». Бакст Л. С., 1920 г. Личный архив



Рисунок 30 – Обложка и разворот журнала «Vogue». Гарсия Бенито Э., 1933 г.

Личный архив

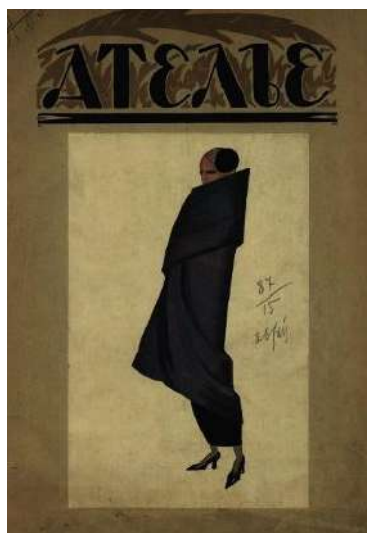


Рисунок 31 – Обложка журнала мод «Ателье», 1923 г.

Художник Митрохин Д. И., рисунок Экстер А. А. Российская национальная библиотека



Рисунок 32 – Разворот журнала мод «Ателье», 1923 г.

Фотография Сеничевой О. Д., внутреннего вида «Ателье мод». Российская национальная библиотека



Рисунок 33 – Страница журнала мод «Ателье», 1923 г.

Рисунок Экстер А. А. Российская национальная библиотека



Рисунок 34 – Страница журнала мод «Ателье», 1923 г.

Рисунок Мухиной В. И. Российская национальная библиотека



а



б

Рисунок 35 – Журнал «Последние моды: Журнал для женщин», № 1, 1923 г. Российская национальная библиотека:

а – обложка журнала «Последние моды: Журнал для женщин», № 1, 1923

г.;

б – разворот журнала «Последние моды: Журнал для женщин», № 1, 1923 г.



а



б

Рисунок 36 – Журнал «Последние моды: Журнал для женщин», № 4, 1926 г. Российская национальная библиотека:

а – обложка журнала «Последние моды: Журнал для женщин», № 4, 1926 г.;

б – разворот журнала «Последние моды: Журнал для женщин», № 4, 1926 г.



а



б

Рисунок 37 – Журнал «Последние моды: Журнал для женщин», весна-лето, 1929 г. Российская национальная библиотека:

а – обложка журнала «Последние моды: Журнал для женщин», весна-лето, 1929 г.;

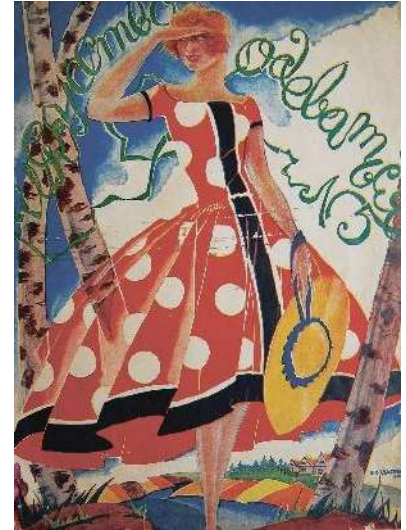
б – разворот журнала «Последние моды: Журнал для женщин», весна-лето, 1929 г.



а



б



в

Рисунок 38 – Журнал «Искусство одеваться», художник Ходасевич В.

М. Российская национальная библиотека:

а – обложка журнала «Искусство одеваться», № 1, 1928 г.;

б – обложка журнала «Искусство одеваться», № 1, 1929 г.;

в – обложка журнала «Искусство одеваться», № 5, 1929 г.



Рисунок 39 – Обложка журнала «Искусство одеваться», № 4, 1928 г.

Художник: Анисимова О. Б. Российская национальная библиотека



Рисунок 40 – Обложка журнала «Искусство одеваться», № 9, 1928 г.  
Художник: Шведе-Радлова Н. К. Российская национальная библиотека



Рисунок 41 – Обложка журнала «Искусство одеваться», № 3, 1929 г.  
Художник: Дидерихс А. Р. Российская национальная библиотека



Рисунок 42 – «Моды сезона», № 3, 1935 год. Издание Дома моделей треста «Мосбель» (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 43 – «Дом моделей», № 1, 1936 год. Издание Дома моделей треста «Мосбель» (обложка и страница). Российская национальная библиотека



Рисунок 44 – «Лето – 1938: Сокращенный выпуск журнала моделей женского и детского платья», 1938 год. Издание Московского Дома моделей (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 45 – «Модели сезона», №2, 1939 год. Издание Гизлегпром (обложка и разворот). Личный архив

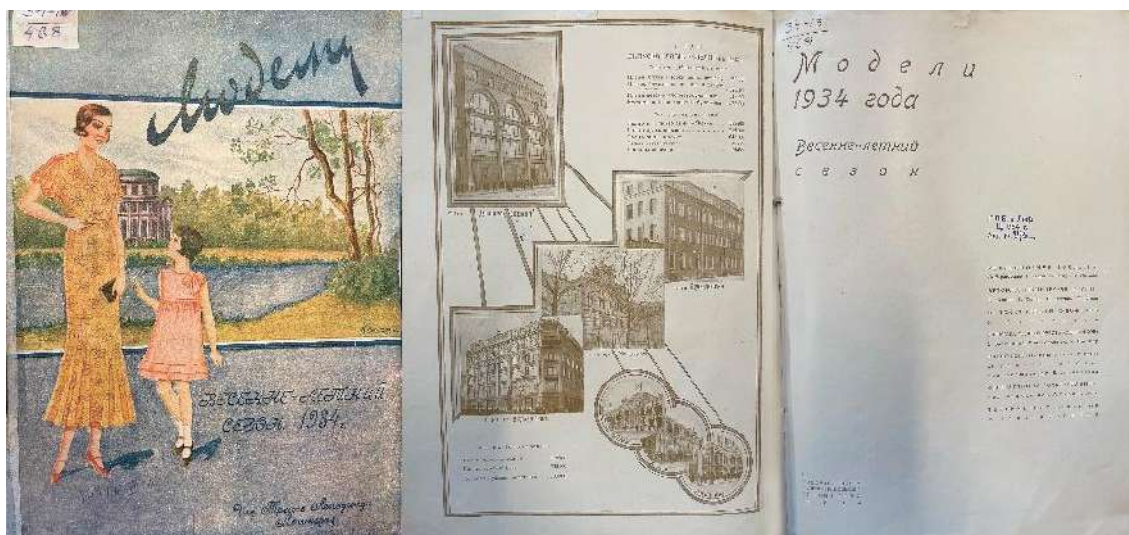


Рисунок 46 – Журнал «Модели 1934 года: весенне-летний сезон» треста «Ленинградодежда» (обложка и разворот титула). Российская национальная библиотека



Рисунок 47 – «Альбом мод: осеннее-зимний сезон 1936–1937 гг.», 1936 год. Издание треста «Ленинградодежда» (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 48 – Журнал «Журнал мод: весна-лето 1937 года» Дома моделей треста «Ленинградодежда» (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 49 – Журнал «Журнал мод: осень-зима 1937-1938 гг.» Дома моделей треста «Ленинградодежда» (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 50 – Журнал «Журнал мод: выпуск третий 1938 года» Дома моделей треста «Ленинградодежда» (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 51 – «Журнал мод», №1, 1945 год. Издание Московского Дома моделей одежды (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 52 – «Альбом моделей верхнего платья, принятых на Всесоюзном просмотре», 1945 год. Издание Московского Дома моделей (обложка и страница).

Российская национальная библиотека



Рисунок 53 – «Модели одежды», 1949 год. Издание Общесоюзного Дома моделей (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 54 – «Моды 1948–1949», 1948 год. Издание Министерства местной промышленности Эстонской ССР (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 55 – Журнал «Rigas Modes» («Рижские моды») 1951–1952 гг.» Рижского Дома моделей (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 56 – Журнал «Альбом мод: сезон осень-зима 1952–1953 гг.» Ленинградского Дома моделей (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 57 – Журнал «Альбом мод: весна-лето 1953 года» Ленинградского Дома моделей (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 58 – Журнал «Альбом мод: зима 1958 года» Ленинградского Дома моделей (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 59 – Журнал «Rigas Modes» («Рижские моды») 1958–1959 гг.» Рижского Дома моделей (обложка и разворот). Личный архив

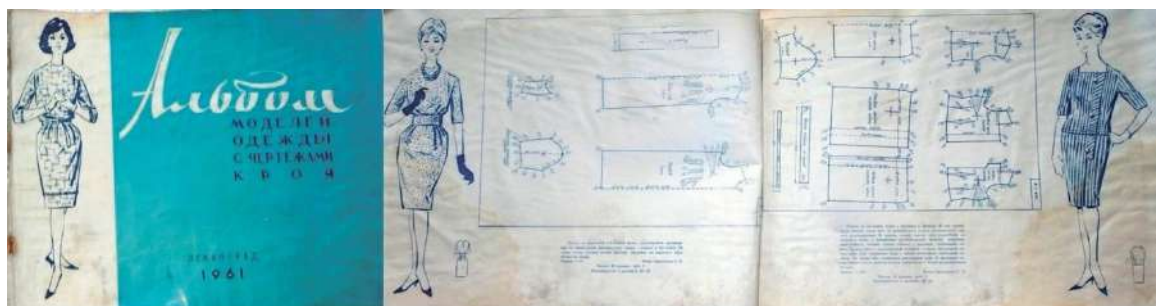


Рисунок 60 – Журнал «Альбомы зарисовок моделей одежды с чертежами кроя» Ленинградского Дома моделей, 1961 г. (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 61 – Журнал «Модели сезона» Ленинградского Дома моделей, 1959 г.  
(обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 62 – Журнал «Мода» Ленинградского Дома моделей, 1967 г. (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 63 – Журнал «Мода» Ленинградского Дома моделей одежды, № 3, 1972 г.  
(обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 64 – Журнал «Мода» Ленинградского Дома моделей одежды, № 2, 1977 г.  
(обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 65 – Альбом «XII Международный конгресс мод», 1961 г. (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 66 – Журнал «Siluett» («Силуэт»), 1967 г. (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 67 – Журнал «Мода Молдавии», 1969 г. (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 68 – Журнал «Siluett» («Силуэт») 1990 г. (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 69 – «Журнал мод» Общесоюзного Дома моделей одежды, 1989 г. (обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 70 – Журнал «Мода» Ленинградского Дома моделей одежды, № 4, 1989 г.  
(обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 71 – Журнал «Стиль» Ленинградского Дома моделей одежды, № 3, 1990 г.  
(обложка и разворот). Личный архив



Рисунок 72 – Журнал мод «Vogue», 1924 год (разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 73 – Журнал мод «Mode du Jour», 1940 год (обложка и разворот).

Информационный центр моды СПбГУПТД



Рисунок 74 – Журнал мод «Vogue», 1951 год (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 75 – Журнал мод «L'Officiel de la couture et de la mode de Paris», 1952 год (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 76 – Журнал мод «Harper's Bazaar», 1953 год (обложка и разворот).

Российская национальная библиотека



Рисунок 77 – Журнал мод «Vogue», 1963 год (обложка и разворот). Российская национальная библиотека



Рисунок 78 – Журнал мод «Vogue», 1977–1978 год (обложка и разворот).

Российская национальная библиотека