

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения
и журналистики

**«Русская версия журнала «VOGUE» в 1998 и 2018
годах»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 432 группы
направления подготовки 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Кохтовой Анны Михайловны

Научный руководитель
д. филол. н., профессор _____ Е.Г. Елина

подпись, дата

Научный консультант
к. филол. н., ст. преп-ль _____ М.В.Ерохина

подпись, дата

Зав. кафедрой
д. филол. н., профессор _____ В.В. Прозоров

подпись, дата

Саратов
2019

Введение

Целью нашего исследования является изучение русской версии журнала «Vogue» в 1998 и 2018 годах. Такой выбор дат сделан нами не случайно – в сентябре 1998 года в России впервые появилась локальная версия всемирно известного журнала мод, а в 2018 году он отметил свое 20-летие. В связи с этим мы намерены проследить, как трансформировалась модель русской версии авторитетнейшего журнала за прошедший период.

Объектами исследования выступили номера русского «Vogue» первого (1998) и юбилейного (2018) годов издания, а **предметом** исследования – структурная модель журнала, тематика рубрик, жанровое своеобразие материалов, редакционная политика выбора героев и авторов, стилистика подачи материалов, верстка и иллюстративное наполнение, формы общения с аудиторией, стратегия взаимодействия российской редакции со штаб-квартирой издательского дома Конде Наст.

Такой подход определяет **новизну** работы, поскольку русский «Vogue» впервые системно анализируется в динамике двадцатилетних изменений и рассматривается не просто как гляцевый журнал о моде, а как авторитетнейший глобальный медиабренд, узнаваемый даже на стадии запуска в любых регионах мира, где осуществляется его экспансия. Сегодня «Vogue» уже успешно выходит в 25-ти странах, к

запуску в ближайшие годы готовятся еще две локальные редакции, что однозначно говорит об **актуальности** нашей работы.

В соответствии с целью мы ставим несколько исследовательских **задач**:

- 1) Изучить зарождение и становление уникального журнального формата «Vogue», включая его иллюстрационную составляющую;
- 2) проанализировать особенности запуска русской версии «Vogue» и его дальнейшее становление в разрезе редакционной политики трех главных редакторов – Алены Долецкой (1998 – 2010), Виктории Давыдовой (2010 – 2018) и Маши Федоровой (2018 – настоящее время);
- 3) сравнить содержательные особенности и иллюстративное наполнение русской версии «Vogue» в 1998 и 2018 годах.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемой литературы, насчитывающего 72 источника.

В первой главе исследуется история журнала «Vogue» в мире и России, с момента его основания в США в 1892 году и до 1998 года, когда была запущена русская версия издания. Отдельный параграф посвящен иллюстрационной составляющей «Vogue» как важнейшей части его уникального эстетического кода. В этой же главе выявляются и исследуются примеры цитирования русской культуры в фотосессиях «Vogue» с 1969 по 1998 год.

Вторая глава посвящена сравнительному анализу выпусков русского «Vogue» в 1998 и 2018 годах. Важный сюжет связан с моментом запуска «Vogue» в России: по воспоминаниям первого редактора журнала Алены Долецкой и ее коллег реконструируются первые, очень непростые месяцы работы московской редакции. Второй параграф посвящен двум сменам главных редакторов журнала в 2010 и 2018 годах. Заключительный параграф главы содержит подробный сравнительный анализ содержательных особенностей и иллюстративного наполнения выпусков 1998 и 2018 годов.

В заключении подводятся итоги исследования и определяются его дальнейшие перспективы.

ГЛАВА 1. История журнала «Vogue» в мире и России

«Vogue» в истории мировой fashion-журналистики

Местом зарождения модной журналистики принято считать Францию. Именно там, в городе Лионе в 1679 году впервые увидел свет журнал «Mercure galant dedie a Monseigneur Le Dauphin».

Во второй половине XVIII столетия возникли первые специализированные журналы, всецело посвященные моде. Например, в 1776 году возник парижский журнал «Galerie des modes et costumes francais» («Галерея мод и французских костюмов»), в 1785 – «Cabinet des modes ou les modes nouvelles» («Кабинет

образов или новых мод»), в 1789 – немецкий журнал «Bertuch'sche Journal des Luxus und der Moden» («Журнал роскоши и моды Бертуха»). Считается, что данные издания положили начало не только модной журналистике, но и журналистике, предназначенной женщинам. В это же время начался процесс демократизации моды, которая постепенно становилась доступной все большему количеству слоев общества¹.

К 1880 году Соединенные Штаты Америки имели уже 18 модных изданий. Среди них был и «Vogue», который основали в 1892 году Артур Тюрнюр, впоследствии издатель и Гарри Маквикар, бедующий арт-директором журнала. Издатель описывал свое печатное детище как «достойный аутентичный журнал о светской жизни, моде и церемониальной стороне общества».

На раннем этапе становления «Vogue» одинаково интенсивно публиковал как новости о спорте и моде, так и художественные тексты – поэзию и беллетристику. И, конечно, журнал уделял особое внимание фотографиям и иллюстрациям. В числе рубрик были: «Замечено в магазинах», «Находчивая мода за небольшие деньги», «На ее туалетном столике», «Хорошо одетый господин» и другие. В

¹ Скульская М. Мода. Самое человеческое из искусств. – М.: Дитон, 2014. С. 6.

самом первом номере существовала рубрика «Театр сплетен», позднее «Увидено на сцене»².

Самыми влиятельными в мире являются Vogue US, Vogue UK, Vogue France и Vogue Italia. «Большая четверка» разрабатывает эксклюзивное содержание каждого номера, в отличие от остальных версий, которые могут использовать их материалы повторно.

Иллюстрационная составляющая «Vogue»

В период становления, когда журнал делал первые шаги в мире моды, изображения и обложки были исключительно нарисованными вручную. Известные художники из Англии и Франции сотрудничали с «Vogue». В 1913 году Конде Наст пригласил в журнал барона из Франции Адольфа де Мейера. Он является первым фотографом журнала «Vogue».

В 1923 году на должность главного фотографа журнала Конде Наст назначил близкого друга семьи – Эдварда Стайхена. Художник и фотограф в одном лице кардинально поменял журнальную фотографию. Он желал быть на одном уровне с искусством и поэтому бесконечно повышал свой уровень мастерства, придумывая новые композиционные и сюжетные решения.

Окончательно грань между фотографией и искусством стер сюрреалист Ман Рей. Он не рассматривал работу

² Азизбекова Н. С. Женская пресса: типология, становление, развитие // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2014. – № 3 (33): в 2-х ч. Ч. I. – С. 14.

в коммерческих организациях как источник своих истинных творений, но, тем не менее, она приносила доход, и в течение 20 лет он снимал для журналов. Его творческое кредо определялось фразой «Я фотографирую только то, что не смог нарисовать»³.

Фотография в стиле lifestyle, которая сегодня составляет основу модного глянца, была придумана Георгием Гойнингенем-Гюне. Сбежав из России в Париж после Октябрьской революции, Гюне активно общался с местными художниками, а в дальнейшем сотрудничал с модными изданиями.

В 1931 году на должность штатного фотографа был принят близкий друг Гюне Хорст П. Хорст. Закончив архитектурный институт, он стал приверженцем классицизма, позднее в его творчество под влиянием Ман Рэя волеется и сюрреализм.

Русская культура в фотосессиях для «Vogue»

История «Vogue» в России началась задолго до 1998 года, когда в Москве вышел его первый полностью локальный номер. Постановочные фотосессии журнала довольно часто обращались к стилистике русской культуры и проводили специальные фотосъемки в советских, а затем российских локациях.

³ Ман Рэй. Душа художника в теле фотографа [Электронный ресурс] сайт URL: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-fotografy/man-rej-dusha-hudozhnika-v-tele-fotografa-586405/> (дата обращения 15.05.18) Загл. с экрана. Рус.яз.

Самое большое число тематических съемок пришлось на последний год существования СССР. В 1990 году «Vogue» организовал сразу три фотосъемки из перестроечного Советского Союза. Во второй визит в СССР редактор Грейс Коддингтон выбрала в качестве локаций для съемки Москву и Ленинград, зато в качестве моделей кроме Кристи Тарлингтон (Christy Turlington) в фотообъектив Артура Элгорта (Arthur Elgort) также попали главные герои буйного времени — Александр Невзоров, Сергей «Африка» Бугаев (которого Vogue сравнивает с Уорхолом), его жена, модель Ирена Куксенайте, кинорежиссёра Павел Лунгин, Валерий Леонтьев, Слава Зайцев, футбольная команда московского «Торпедо» и цыгане из кооперативного ресторана «Разгуляй».

В этом же году впервые на обложку «Vogue» попала Красная Площадь — как фон для актрисы Изабеллы Росселлини и ее дочери, запечатленных фотографом Бриджитт Лакомб (Brigitte Lacombe) для французской версии журнала.

Наконец, в том же 1990 году для октябрьского номера Vogue UK была снята фотосессия «Царская Россия» («Imperial Russia») с моделью Хеленой Кристенсен. Основной идеей фотосессии стало сопоставление былой и современной роскоши. Хелена позировала в нарядах из кутюрных коллекций на фоне интерьеров ленинградского Екатерининского дворца. Съёмочным процессом руководил фотограф Санта Д'Орацио.

ГЛАВА 2. Сравнительный анализ «Vogue» в 1998 и 2018 годах

1998 год: непростой запуск русской версии «Vogue»

Первый номер российского Vogue вышел в сентябре 1998 года в разгар дефолта: «Тот момент, август 98-го, я не забуду до конца жизни. Я прилетаю в Лондон по делам. Идет встреча, параллельно я даю интервью Би-би-си, и вдруг входит Бернд Рунге и что-то кладет мне в руки. И я понимаю, что это первый номер русского Vogue, который только что пришел из печати. То, что я почувствовала, не передать словами. Слезы так и брызнули! Это было счастье. И сразу не менее сильное впечатление – в России разражается дефолт. И первое, что мы сделали тогда с Берндом, – приняли решение об отмене торжества, связанного с выходом журнала. Тут у меня случилось второе слезоизлияние, хотя я вообще-то не реву. А праздник был задуман колоссальный! Это была Красная площадь, красная дорожка, по которой должны были пройти все первые лица мира моды, огромное количество людей уже подтвердили свое присутствие, уже писали, какую подушку им, будьте любезны, организуйте в «Национале». Было ужасно больно и обидно отменять праздник, но этого невозможно было не сделать из уважения к стране. А потом первый номер Vogue появляется в России, тут же выходят все эти статейки в «МК», в «Московской правде», что первый номер он же и последний. И только опыт

общения с прессой не позволил мне ввязаться в дискуссию и не написать через все полосы этих газет: «НЕ ДОЖДЕТЕСЬ!» Я была абсолютно уверена, что все у нас будет хорошо»⁴.

– По воспоминаниям тех, кто застал старт русского Vogue, чтобы поработать у Долецкой, люди чуть ли не в очередь вставали, однако в те времена отечественная «глянцева» журналистика проходила период становления, поэтому база авторов формировалась непросто. Так или иначе, за 13 лет работы в Vogue Долецкая сумела сначала подтянуть, а затем прочно закрепить российскую версию журнала в ряду его иностранных собратьев и, как следствие, стала неотъемлемой частью журнала, что, собственно говоря, соответствует нынешним стандартам модных журналов вообще и легендарного издания в частности»⁵.

2010 - 2018: смена главных редакторов русского «Vogue»

В 2010 году произошла смена власти и на место главного редактора «Vogue» назначили Викторию Давыдову. Такие резкие изменения наделали много

⁴ Алена Долецкая для Hello. [Электронный ресурс] сайт URL: https://ru.hellomagazine.com/articles/Alena_D.html. (дата обращения 15.05.19). Загл. с экрана. Рус.яз.

⁵ Вышла из моды [Электронный ресурс] сайт URL: <https://lenta.ru/articles/2010/07/28/vogue/> (дата обращения 15.05.19). Загл. с экрана. Рус.яз.

шума и широко обсуждались в медиапространстве⁶. Однако уже в 2018 году, в год двадцатилетия русского «Vogue» Виктория Давыдова оставила пост главного редактора и вышла из холдинга Conde Nast по собственному желанию⁷. На место Давыдовой назначили действующего главного редактора «Glamour» Марию Федорову. Ее оценка текущего упадка печатного глянца во многом совпадает с мнением Давыдовой: «В Vogue более 120 лет занимались, и уже 20 лет мы в России занимаемся сторителлингом.

По сути дела для самого Vogue – мощнейшего бренда с богатой историей – все эти кадровые передряги совершенно не имеют никакого значения, потому что он уже давно существует самостоятельно. Выражение

⁶ Виктория Давыдова возглавила Vogue [Электронный ресурс] сайт URL: <https://www.wday.ru/stil-zhizny/kultura/rossijskij-vogue-nashel-novogo-glavnogo-redaktora/> (дата обращения 15.05.19). Загл. с экрана. Рус.яз.; Виктория Давыдова стала новым главным редактором российского Vogue [Электронный ресурс] сайт URL: <https://ria.ru/20100728/259251916.html> (дата обращения 15.05.19). Загл. с экрана. Рус.яз.; В российском Vogue сменился главный редактор [Электронный ресурс] сайт URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/06/02/2018/5a79d2e09a7947206570d0b6 (дата обращения 15.05.19). Загл. с экрана. Рус.яз.

⁷ Жизнь после глянца: куда уходят главные редакторы модных изданий [Электронный ресурс] сайт URL: <https://ru.hellomagazine.com/moda/28335-zhizn-posle-glyantca-kuda-ukhodyat-glavnye-redaktory-modnykh-izdaniy.html> (дата обращения 15.05.19). Загл. с экрана. Рус.яз.

"потому что так говорит Vogue" считается сильным аргументом для всех, кто увлекается модой уже не один десяток лет. Впереди этого журнала, завоевавшего себе непререкаемый авторитет, идет его название, а не имя главреда, который в силу существующего порядка вещей не может стоять у руля журнала вечно.

А читатели, как и на протяжении последних 18 лет, будут продолжать получать свою порцию модных новостей и ярких картинок, и того, что в кабинете главного редактора сделают небольшую перестановку, никто из них даже не заметит. В этом сезоне не модно расстраиваться из-за ухода главного редактора, сейчас актуально радоваться назначению нового. Потому что так говорит Vogue»⁸.

Содержательные особенности и иллюстративное наполнение русской версии «Vogue» в 1998 и 2018 годах

Система подбора тем и рубрик

Отталкиваясь от своей аудитории и методов работы с ней, сотрудники журнала комбинируют рубрики, которые помогают сформировать содержательную и тематическую основу журнала. Рубрики позволяют

⁸ Вышла из моды [Электронный ресурс] сайт URL: <https://lenta.ru/articles/2010/07/28/vogue/> (дата обращения 15.05.19). Загл. с экрана. Рус.яз.

облегчить проработку композиции издания, определить его структуру и построение всего выпуска. Центральную часть журнала «Vogue» и в 1998, и в 2018 году предсказуемо занимает мода – рубрики о модной одежде, косметических средствах, прическах, дизайне интерьера и путешествиях. Однако важное место уделяется и рубрикам, посвященным культурной жизни и материалам с мнениями экспертов.

Таким образом, жесткость журнальной модели остается определяющей для «Vogue» в 2018 году, в отличие от более свободных и раскрепощенных по структуре номеров 1998 года.

Жанровое разнообразие

Для русской версии «Vogue» в 1998 и в 2018 годах наиболее характерным стал жанр очерка в различных его разновидностях (портретный, документальный, путевой). Практически в каждом из изученных нами номеров можно встретить до десятка материалов этого жанра. С учетом того, что в количественном отношении «Vogue» не изобилует текстовыми материалами, эта тенденция заметна особенно отчетливо.

Говоря о стилистических особенностях «Vogue» 1998 и 2018 годов, необходимо отметить смену языка, которая произошла на страницах журнала. В связи со смещением интересов целевой аудитории, изменением моделей их информационного потребления, на страницах журнала в 2018 году мы обнаруживаем полное стилистическое смешение – от

интеллектуальной колумнистики, рассчитанной на высокообразованного читателя, до статей, написанных современным рубленным молодежным языком с обилием городского сленга, англицизмов и т.д.

В журнале «Vogue» как в 1998 году, так и в 2018 году визуальный код, который создается верстальщиками, собирается в единую систему символов, создающих узнаваемую стилистику журнала. Отличительные черты его эстетики сохраняются неизменными на протяжении 20 лет: яркие, детально проработанные иллюстрации, захватывающие заголовки, продуманная подача текстовой части номера, неизменный формат А4, высочайшее качество полиграфии и неуклонное соблюдение творческого принципа Эдварда Стейхена: «Одна фотография, сопровождаемая десятью словами, может сказать больше, чем десять тысяч слов».

Заключение

И в 1998, и в 2018 году журнал «Vogue» позиционирует себя как издание для состоятельных читательниц, хотя с точки зрения внешнего его облика в разные годы видно, что он ориентируется на разные возрастные группы. Так, в выпусках 1998 года мы видим ориентацию на более старшее поколение читательниц (25-30 лет), что проявляется и в некотором консерватизме обложек, и в строгости внутреннего оформления, и в специфике рекламы.

«Vogue» Алены Долецкой «оглядывается» на историю и вехи прошлого; ему свойственны большие

аналитические материалы, а также пропаганда «русского стиля», поддержка русской моды и талантливых русских дизайнеров, режиссеров, художников, актеров. В первый год становления русский «Vogue» амбициозно позиционирует себя как лучшего из возможных проводника в мир высокой моды, искусства, высокого стиля – не только международных, но и национальных.

«Vogue»Маши Федоровой в 2018 году представляется чуть более провокационным и однозначно ориентированным на более молодую аудиторию 20+. Современный журнал также переживает не самые легкие времена – главную конкуренцию ему составляют Интернет-издания, а важнейшим критерием по-прежнему остается соответствие высочайшему качеству мирового бренда «Vogue». Это понимает и сама редактор Маша Федорова: «Я не хочу превращать Vogue в персональное высказывание Маши Федоровой, моя задача – сделать издание интересным здесь и сейчас. Меня самой в этом журнале не так много, хотя я, в итоге, человек, который отвечает за всё. Мы должны быть разными. Язык никогда не будет таким же, какой при Алене или Вике. Глупо сравнивать Vogue – 2018 с Vogue – 1998. Сложность Vogue в том, что он настолько ответственный бренд, что ты должен нести этот уровень: и только первый класс, и только эксклюзив. С другой стороны – тоже хочется больших тиражей и большого влияния: чем дальше круг и чем больше сообщество, тем больше происходит нас полюбить.

Моя задача очень непростая: мне нужно не раздражать одних, при этом нравиться другим, и это очень сложно. В этом и заключается баланс: мода, как и любое другое искусство, делится на "продвинутое" и "массовое". Надо балансировать на грани, в этом вся сложность. Мы не нишевый журнал, мы – большое коммерческое издание с огромной историей, то есть мне надо соответствовать уровню – с фотографами, со стилистами, с текстами, – что тоже очень сложно»⁹.

«Vogue», по-прежнему, диктатор и наставник, в чем и заключается сущность данного бренда. «Vogue» стремится сам формировать взгляды и вкусы своих читателей. Он не меняет свой формат на более «удобный», на более подходящий «размер для дамской сумочки», оставаясь объемным журналом почти на 500 страниц. Для «Vogue» мода имеет совершенно иное значение, чем для других изданий. Может быть, в начале XX века задачей журнала и была популяризация функциональности одежды, но сегодня главным для «Vogue» по-прежнему остается популяризация высокой моды. «Дополнительные ценности этого бренда в том, что он предлагает аудитории действительно «свой» уникальный мир прекрасного, – отмечает Ю. Яковлева. – Однако этот мир, несомненно, иллюзорен для большинства

⁹ Маша Федорова: "Журнал Vogue – не мое персональное высказывание" [Электронный ресурс] сайт URL: <https://www.buro247.kz/fashion/news/masha-vogue-russia-interview.html> (дата обращения 15.05.19). Загл. с экрана. Рус.яз.

читающей аудитории. Так как задачами журнала с самого момента появления было «приобщение масс к прекрасному (к модным тенденциям)», то и «иллюзорность» мира «Vogue» вполне понятна: он показывает моду, знакомит с новыми тенденциями, учит хорошему вкусу. Но «Vogue» – это не шопинг-гид (не путеводитель «где что купить»), он – законодатель. Многим читателям модели «Vogue» недоступны. Это связано с тем, что он показывает «блестящую» жизнь нескольких сотен (тысяч) людей и для этих людей. Поэтому и остается просто «желанием», каждый раз облеченным в новую красивую форму. Вероятно, «недоступность», как и декларируемый эстетизм издания, относится к дополнительным ценностям бренда, которые оставляют читателя в ряду его поклонников. Однако стоит заметить, что в настоящее время «Vogue» действительно популярен только в четырех западных странах (США, Франции, Великобритании и Италии), где у него максимальные тиражи. В других странах присутствия он не является лидером, и его тиражи неизмеримо ниже, чем у других женских изданий (в России тираж «Vogue» примерно в 10 раз меньше, чем у «Cosmopolitan»). Очевидно, это связано с тем, что не вся аудитория желает погружаться в «иллюзорный недоступный» мир и чаще предпочитает практические вещи, которые, кстати, и находит в других изданиях.