

Никульшина Светлана Алексеевна, магистрант

Nikulshina Svetlana Alekseevna

Уваров Виктор Дмитриевич, Профессор, д. искусствоведения

Uvarov Viktor Dmitrievich

Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования

«Гжельский государственный университет»

Россия, Раменский городской округ, поселок Электроизолятор

ВЕРСТКА МОДНОГО ЖУРНАЛА КАК СИСТЕМА ВИЗУАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: ПРИНЦИПЫ, ЛОГИКА, ОСОБЕННОСТИ

FASHION MAGAZINE DESIGN AS A SYSTEM OF VISUAL IDENTITY: PRINCIPLES, LOGIC, AND FEATURES

***Аннотация.** Работа направлена на анализ специфики журнального оформления в сфере моды на материалах «Burda Style» и «Harper's Bazaar». Авторы подробно изучили визуальный облик оформления этих журналов, после чего оба издания были сопоставлены для выявления сходств и отличий. Особый интерес вызвало сопоставление одного и того же издания, выходящего в разных государствах. В результате проведённого исследования было выявлено, что географическая среда распространения издания и характеристики целевой аудитории влияют на особенности дизайна и визуального оформления журналов. Национально-культурная специфика, локальные модные тенденции и потребительские установки аудитории формируют вариативность визуальной репрезентации контента, вследствие чего одно и то же издание способно приобретать отличительные стилистические особенности в зависимости от места и конкретного социокультурного контекста.*

***Abstract.** The work is aimed at analyzing the specifics of magazine design in the fashion industry using the materials of Burda Style and Harper's Bazaar. The authors have studied the visual appearance of these magazines in detail, and then*

compared them to identify similarities and differences. Of particular interest was the comparison of the same publication in different countries. The study revealed that the geographical distribution of the publication and the characteristics of the target audience influence the design and visual appearance of the magazines. National and cultural specifics, local fashion trends, and consumer attitudes of the audience shape the variability of visual representation of content, which means that the same publication can acquire distinctive stylistic features depending on the location and specific sociocultural context.

Ключевые слова: Burda Style, Harper's Bazaar, сфера моды, журнальный формат; актуальные тренды, особенности вёрстки; модный бренд.

Keywords: Burda Style, Harper's Bazaar, fashion industry, magazine format, current trends, layout features, and fashion brand.

Современные модные журналы давно перестали быть просто источником информации о трендах: они превратились в культурные медиаторы, формирующие представления о стиле, теле, гендере и даже образе жизни. В данном случае особый исследовательский интерес представляет сопоставительный анализ двух изданий — Burda Style и Harper's Bazaar, — которые при поверхностном рассмотрении демонстрируют практически противоположные принципы внутренней организации.

Их различия не ограничиваются эстетикой или целевой аудиторией; речь идет о двух принципиально разных способах говорить о моде и вовлекать читателя в ее мир.

Burda Style — журнал с уникальной историей, уходящей корнями в послевоенную Германию. Его концепция с самого начала строилась вокруг практичности: читателю предлагались не только идеи, но и инструменты для их воплощения — выкройки, инструкции, советы по шитью. В этом смысле Burda уместно понимать, как демократизирующий проект, который стирает

границу между подиумной эстетикой и реальной повседневной жизнью. [12, с 105]

Здесь мода не навязывается сверху, а становится результатом индивидуального труда и творчества.

Harper's Bazaar, напротив, исторически ассоциируется с высокой модой, элитарностью и визуальным совершенством. Возникнув ещё в XIX столетии, журнал прошёл значительную эволюцию — от иллюстрированного печатного издания до одного из ключевых глянцевого медиа, задающих нормы визуального языка модной индустрии. [12, с 87]

В нем мода подается как искусство, как часть культурного капитала, доступного не каждому. Читатель Bazaar — это скорее наблюдатель и интерпретатор, чем участник процесса.

Первое, что бросается в глаза при сравнении этих журналов, — различие в степени вовлеченности аудитории. Burda Style апеллирует к читателю как к активному субъекту. Здесь предполагается, что человек не просто потребляет моду, но и производит ее. Каждая выкройка — это приглашение к действию, своего рода диалог между редакцией и читателем. В этом диалоге важна не только эстетика, но и процесс: выбор ткани, адаптация модели под индивидуальные параметры, работа с деталями. Таким образом, мода становится частью повседневной практики, а не абстрактной идеей.

Harper's Bazaar, напротив, строит коммуникацию иначе. Его развороты представляют собой продуманно выстроенное пространство, в котором каждая фотография и каждый образ вносят вклад в формирование осмысленного визуального рассказа. [8, с 18]



Рисунок 1.



Рисунок 2.

Сравнение обложек Burda Style и Harper's Bazaar

Здесь нет инструкций и практических советов в привычном смысле. Вместо этого журнал предлагает читателю «взгляд» — на тренды, на дизайнеров, на культурные явления. Это скорее эстетическое переживание, чем руководство к действию. В результате формируется дистанция: читатель может восхищаться, анализировать, вдохновляться, но не обязательно воспроизводить увиденное.

Важно отметить и различие в репрезентации тела. Burda Style традиционно ориентируется на более широкий спектр размеров и типов фигур. Это связано с его практической направленностью: если человек шьет одежду сам, важно учитывать реальные параметры тела, а не идеализированные стандарты. В этом смысле Burda уместно понимать, как более инклюзивный проект, пусть и не всегда осознаваемый как таковой.

Он нормализует разнообразие, поскольку исходит из повседневного опыта читателя.

Несмотря на предпринимаемые в последние годы попытки усилить инклюзивность, редакционная линия журнала по-прежнему опирается на классические принципы высокой моды, в рамках которых сохраняются и воспроизводятся устойчивые представления о визуально «нормативной» внешности. [5, с 43]

Фотосессии, как правило, строятся вокруг идеализированных образов, которые часто далеки от повседневной реальности. Это не обязательно является недостатком: скорее, это часть эстетической стратегии журнала, который работает с категорией «идеала» и «мечты». Однако такая стратегия может усиливать дистанцию между читателем и представленными образами.

Еще один важный аспект — экономическое измерение моды. Burda Style изначально ориентирован на рациональное потребление. Шитье собственной одежды предполагает определенную экономию, а также более осознанный подход к гардеробу. В условиях современной критики fast fashion это приобретает особую актуальность. Burda, возможно, не позиционирует себя как экологически ориентированное издание, но его логика использования и повторного переосмысления вещей соответствует принципам устойчивой моды.



Рисунок 3.

Разворот журнала Burda Style

Harper's Bazaar, напротив, тесно связан с индустрией люкса. Реклама, редакционные материалы, коллаборации — все это встроено в систему, где мода выступает как объект желания и потребления. Здесь важна новизна, эксклюзивность, принадлежность к определенному культурному и экономическому классу. В этом смысле Bazaar не столько отражает моду, сколько участвует в ее производстве как символического капитала.



Рисунок 4

Разворот журнала Harper's Bazaar

С точки зрения языка и стиля изложения различия также очевидны. Burda Style использует более простой, функциональный язык. Тексты направлены на объяснение, инструкцию, поддержку. Даже при обсуждении модных тенденций акцент переносится на способы их органичной интеграции в повседневную практику и превращения в элемент привычного стиля жизни.

Это язык практики, ориентированный на результат.

Harper's Bazaar, напротив, тяготеет к более сложному, метафорическому языку. Здесь тексты часто насыщены культурными отсылками, эстетическими оценками, элементами нарратива. Это язык интерпретации, а не инструкции. Он предполагает у читателя определённый уровень культурной подготовленности, но одновременно открывает возможность более глубокого погружения в модный контекст и его смысловые слои. [3, с 22]

Интересно рассмотреть и визуальную составляющую. В Burda Style фотографии выполняют, прежде всего, утилитарную функцию: они демонстрируют модель, ее крой, посадку, детали. Даже если съемка стилизована, она остается подчиненной задаче ясности и понятности. Визуальный ряд служит тексту и выкройке.

В Harper's Bazaar визуальность выходит на первый план. Фотосессии здесь — это самостоятельные художественные высказывания. Они могут быть концептуальными, провокационными, символическими. В ряде ситуаций одежда выполняет второстепенную функцию, являясь лишь элементом комплексной визуальной композиции, в которой приоритетное значение приобретают световая организация, пластика тела, пространственная структура и общее аффективное восприятие образа. [6, с 74]

В этом смысле Bazaar ближе к арт-изданию, чем к практическому журналу.

Несмотря на все различия, оба журнала выполняют важную культурную функцию. Burda Style демократизирует моду, делая ее доступной и осязаемой. Он возвращает читателю чувство контроля и участия, что особенно важно в эпоху массового производства и стандартизации. Harper's Bazaar, в свою очередь, сохраняет и развивает идею моды как искусства, как пространства для эксперимента и эстетического поиска.

Сравнение этих изданий позволяет увидеть, насколько многогранным является феномен моды. Он охватывает как повседневную практику и высокое искусство, так и экономические логики и культурно нагруженные смыслы. В ряде случаев одежда оказывается лишь элементом сложной визуальной структуры, где ключевое значение приобретают световая среда, пластика поз, пространственное построение кадра и совокупное эмоциональное воздействие создаваемого образа.

Возможно, наиболее продуктивным подходом для современного читателя является не выбор между этими моделями, а их сочетание. Практичность и креативность Burda могут дополняться эстетическим вдохновением Harper's Bazaar. В таком синтезе мода перестает быть либо утилитарной необходимостью, либо недостижимым идеалом, и становится

пространством для самовыражения, где каждый может найти собственный баланс между реальностью и мечтой.

Список использованных источников

1. Буржуа, Ф. Социальная матрица моды: от класса до статуса. М.: Новое литературное обозрение, 2015. 416 с.
2. Волкова, Т. В. Мода как культурный код современного общества // Теория моды: одежда, тело, культура. 2023. № 1 (67). С. 45–68.
3. Голубкина, М. А. Женские журналы и конструкция фемининности в массовой культуре // Гендерные исследования. 2021. № 2. С. 112–131.
4. Демидова, О. А. Культурология моды: от классического к постмодерну. М.: Аспект Пресс, 2019. 320 с.
5. Копылова, И. С. Мода, медиа и город: визуальная культура fashion-журналов // Город и культура. 2020. № 3. С. 89–104.
6. Лотман, Ю. М. Семиосфера. СПб.: Издательский центр «Азбука-классика», 2000. 560 с.
7. Мухина, В. А. Визуальная культура моды: фотография и глянцевого журнал // Теория моды: одежда, тело, культура. 2022. № 2 (66). С. 145–167.
8. Новикова, Е. Г. Мода как социальный институт и индикатор социального неравенства // Социологические исследования. 2020. № 8. С. 67–78.
11. Сартор, Д. Философия моды. М.: Новое литературное обозрение, 2017. 288 с.
12. Селиванова, Н. А. Журнальная мода: от Burda до Harper's Bazaar // Медиакультура: исследования и практика. 2021. № 3. С. 123–140.

13. Скуратовская, И. Н. Картография вкуса: мода и культурный капитал в современном обществе // Социологический журнал. 2022. № 4. С. 115–133.
14. Торшин, Д. В. Мода и массовая культура: от статуса до индивидуального стиля. М.: ЛК-Центр, 2020. 256 с.
15. Федорова, Л. А. Глянцевые журналы как медийные артефакты: эстетика, реклама, идеалы // Теория моды: одежда, тело, культура. 2023. № 2 (68). С. 77–94.