

ДИЗАЙН

УДК 77.024.48:655.262.2

Москва — Берлин: фотомонтаж в иллюстрированных журналах 1920-х годов*В. В. Лаптев*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Российская Федерация, 191186, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, 18

Для цитирования: Лаптев, Владимир. «Москва — Берлин: фотомонтаж в иллюстрированных журналах 1920-х годов». *Вестник Санкт-Петербургского университета. Искусствоведение* 14, no. 1 (2024): 186–212. <https://doi.org/10.21638/spbu15.2024.110>

В настоящей работе представлен исторический опыт организации визуального пространства иллюстрированного журнала и его художественного оформления с помощью средств фотографии. Внимание сфокусировано на вопросах применения фотомонтажа в демонстрируемых образцах печатных изданий Советского Союза и Веймарской Германии в 1920-е годы. Отдельное внимание уделено рассмотрению особенностей художественного облика советского иллюстрированного журнала «Смена» (Москва), начавшего выходить в 1924 г., и немецкой рабочей иллюстрированной газеты «Arbeiter-Illustrierte Zeitung» (Берлин), публиковавшей фотоматериалы с 1925 г. Эти издания стали символом применения фотомонтажа в первом послереволюционном десятилетии в мировой иллюстрированной периодике. В годы авангарда фотомонтаж усилиями берлинского дада и советских конструктивистов становится методом формирования художественной композиции, а в агитационно-пропагандистских работах — методом построения факта, убеждающего и побуждающего читателя. Замещение иллюстрации фотографией и фотомонтажом ускоренно происходило в иллюстрированных журналах. Это особенно ярко проявилось в 1920-е годы, когда возникают новые художественные приемы создания образности. Результатом исследования является выявленная специфика использования фотомонтажа в рамках двух парадигм: дадаизма и конструктивизма; их влияние на художественный облик советских и немецких иллюстрированных журналов 1920-х годов. Показано доминирование преимущественно конструктивистских идей как в журнале «Смена», так и в «Arbeiter-Illustrierte Zeitung», несмотря на немецкие корни авангардного фотомонтажа. Итогом сравнительного анализа стал тезис о первоначальном влиянии Москвы на Берлин в рамках визуальной стратегии агитационной периодики. В конце рассматриваемого

десятилетия этот вектор стал менять свою направленность, и уже редакции советских иллюстрированных журналов присматривались к творчеству немецких коллег в части фотомонтажных наработок. И здесь неоспоримое лидерство в визуальных новациях принадлежало «Arbeiter-Illustrierte Zeitung».

Ключевые слова: иллюстрированный журнал, берлинский дада, конструктивизм, агитационное искусство, фотомонтаж, авангардистская фотография, изобразительная статистика, «Смена», «Arbeiter-Illustrierte Zeitung».

Брызнув искрами гроз из России,
Рокоча электричеством туч,
Мы тревогой весь мир заразили,
Мы везде разметали мечту.

Николай Асеев. 1-е Мая. 1923 [1, с. 6]

Введение

Иллюстрированный журнал в своем генезисе использовал широкий ассортимент инструментов организации визуального пространства. В ряду его художественного оформления стоит фотография, прошедшая несколько этапов своей эстетической и социальной адаптации: от технической визуализации и репродукции до формирования и распада ауры художественного произведения [2; 3]. При этом наиболее актуальным до сих пор остается период авангарда, когда революционные изменения в искусстве 1910–1920-х годов коснулись и этого направления создания визуальных образов. Это было связано с приобретением фотографией отчетливых черт художественного авангардного творчества («фотографическое стало эквивалентно в том числе и художественному» [4, с. 115]). Этому периоду посвящены исследования, касающиеся эстетики фотоавангарда [5], абстрактной и конструктивной изобразительности фотографических практик модернизма [6], возникновения и становления жанра фоторепортажа в периодических изданиях [7], использования фотографического материала в иллюстрированных журналах на примере работ мастеров Баухауза [8] или художников берлинского дада [9].

Особый интерес представляют опыты первых послереволюционных десятилетий, когда периодические издания начали использовать новый метод формирования изобразительной композиции — фотомонтаж. Конечно, фотомонтаж в иллюстрированном журнале завоевал популярность несколько позже относительно его применения в плакате, иллюстрации, выставочной экспозиции или в оформлении массовых мероприятий — указанная практика изучена достаточно хорошо в ряде отечественных и зарубежных работ. Современные точки зрения на искусство фотомонтажа изложены в исследованиях, где этот метод рассматривается через призму производственного искусства и становится фактографическим реализмом [10], представляется одним из восьми типов «нового фотографического видения» — одновременным видением [11], или относится к средствам выразительности проектной графики [12]. Он становится инструментом графического дизайнера в целом, все дальше отрываясь от фотографии. С этой позиции ведется настоящее исследование.

При этом влияние фотомонтажа на художественный облик советской и немецкой периодики 1920-х годов остается в тени инновационных работ конструкти-

вистов Густава Клуциса, Эля Лисицкого, Александра Родченко, Сергея Сенькина, вне дадаистских поисков Джоржа Гроса (George Grosz), Джона Хартфильда (John Heartfield), Рауля Хаусмана (Raoul Hausmann), Ханны Хёх (Hannah Höch), за рамками попыток деструкции фотографии Мана Рэя (Man Ray) и Герберта Байера (Herbert Bayer).

Сравнение работ немецких дадаистов, с одной стороны, и советских конструктивистов — с другой, наиболее качественно сделано в ракурсе исследовании эволюции фотомонтажа [13; 14]. Между тем в рассматриваемый период времени конструирование визуального посыла на основе фотоматериала можно зафиксировать на страницах периодических изданий России, Германии и ряда европейских стран: Австрии, Великобритании, Франции, США. При этом зарубежными исследователями выделяются немецкие издания по приоритету использования, по репрезентативности и по качеству материала [8; 15], вскользь упоминая опыт советских конструктивистов в периодике 1920-х годов.

Анализ фотомонтажа как художественного способа, выявление особенностей его использования в иллюстрированных журналах двух стран является целью настоящего исследования. Для достижения указанной цели рассмотрим образцы советских и немецких изданий 1920-х годов на предмет применения фотомонтажа как способа создания визуального факта. За пределами данной публикации останутся французские иллюстрированные журналы, к анализу которых автор ранее уже обращался [16–18], австрийские, американские и британские издания в силу их вторичности относительно объекта исследования, а также более поздние советские издания — «Строим» и «СССР на стройке», выходящие за временную рамку исследования.

Фотоколлаж и фотомонтаж берлинского дадаизма

Коллаж вошел в творческий процесс во многом благодаря синтетическому кубизму, позволившему художникам соединять живописное пространство с обыденными вещами. В полотнах можно было увидеть внедренные этикетки и трамвайные билеты, фрагменты газет и печатных афиш, кусочки ткани и другие неживописные предметы. Они сопрягались с расчлененным живописным пространством, усиливая дробную абстрактность новых художественных миров. Дадаисты продолжили это движение по объединению разнохарактерных элементов в своих коллажах, создающих иную действительность как антитезы буржуазной реальности на основе ее деконструкции. Вскоре в этих композициях включаются не только типографские символы и надписи, но и изображения в виде фотографии.

В 1917 г. Рихард Хюльзенбек (Richard Huelsenbeck) организует в Берлине «Клуб Дада» отчасти в противовес политике цюрихских дадаистов. В отличие от их аполитичных взглядов и концентрации усилий на противостоянии с европейским обывателем, берлинское объединение в большей степени опиралось на специфику ситуации в Германии. Поляризация общества в конце Первой мировой войны и с момента образования Веймарской республики не оставила безразличными немецких художников. Симпатии к революции в России и тяготение к справедливому переустройству мира определили политический вектор берлинского дада, поначалу анархистского и полного нигилизма.

Сатирический взгляд на обстановку послевоенной Германии, неприятие милитаристских и реваншистских взглядов реализовывались в эпатажных фотоколлажах и скандальных инсталляциях. В 1920 г. на Первой международной дада-ярмарке (Erste Internationale Dada-Messe) в Берлине под потолком была распластана фигура в военном обмундировании с муляжом свиной головы в офицерской фуражке. Это чучело годом позже было представлено в качестве вещественного доказательства в суде над дадаистами по обвинению в оскорблении рейхсвера и разжигании классовой вражды. Подобные гиперболические сравнения демонстрировались и в фотомонтажах Хаусмана и Хартфильда.

Лозунги: на входе ярмарки — «Дада борется на стороне революционного пролетариата», в главной галерее — «Искусство мертво. Да здравствует машинное искусство Татлина!». Кстати, в этом же году Хаусман сделал свой знаменитый фотомонтаж «Татлин дома». Как один из основоположников дадаистского монтажа, он подробно описал это явление в авангардном искусстве, дав ему определение: «Мы назвали этот процесс фотомонтажом, поскольку он содержал наше отвращение к разыгрыванию из себя художников. Мы видели себя инженерами, мы ставили задачу конструировать, “монтировать” нашу работу (как слесарь)» [19, с. 160].

Художники берлинского дада создавали провозглашенные «беспокойство и энергию» сочетанием разнородных частей фотоизображений — «осколков реальности» — с графикой и типографикой. И делалось это по-дадаистски алогично и эпатажно. В 1919–1920 гг. фотомонтаж появляется на обложках и страницах узкоспециализированного журнала «Der Dada» («Дада»), за изданием которого стоял все тот же Хаусман. Он писал: «Я был одним из первых, кто использовал фотографию для создания из часто совершенно несопоставимых пространственных и материальных элементов нового единства, в котором был выявлен визуально и концептуально новый образ хаоса эпохи войны и революции. <...> Область фотомонтажа имеет столько возможностей, сколько изменений в среде, ее социальной структуре и вытекающей из этого психологической надстройке — и среда меняется каждый день» [20, p. 61].

Фотомонтажом в журнале «Дада» занимались не только Хаусман, но и Грос и Хартфильд, которые также претендуют на первенство в использовании этого средства. На обложке третьего выпуска издания можно увидеть композицию, составленную Хартфильдом из отдельных фотографий, газетных вырезок и шрифтовых надписей (рис. 1). Несмотря на сюрреализм изображения и его кажущуюся бессмысленность, этот коллаж, тем не менее, обладал повествовательной функцией, метафоричностью, зашифрованным художником посланием. Лаконичность изобразительных средств вступала в противоречие с многочисленностью деталей и с причудливостью их расположения.

Еще один пример фотомонтажа в немецкой периодике — обложка журнала «Jedermann sein eigener Fussball» («Каждый сам себе футбол»), вышедшего 15 февраля 1919 г. объемом всего в четыре полосы. Хартфильд изобразил своего брата Виланда Герцфельде (Wieland Herzfelde) с туловищем в виде футбольного мяча. На другом монтаже на веере были размещены фотографии членов правительства и военачальников с заголовком «Присуждается премия! Кто самый красивый?».

Однако фотомонтаж в левых периодических изданиях Германии встречался не везде и не так уж часто. Примером тому может служить леворадикальное из-



Рис. 1. Обложка журнала «Der Dada», № 3. Джон Хартфильд. Берлин, 1920. Дата обращения июнь 20, 2023. <https://mcbcollection.com/john-heartfield>

дание «Die Pleite» («Банкрот», 1919–1924), непосредственно связанное с движением дада в Берлине, с иллюстрациями Хартфильда и Гросса. В его изобразительной основе — сатирический рисунок, как и в серии обложек книг для библиотеки «Kleine revolutionäre» («Маленькая революционная библиотека», 1920–1923), как и в журнале Коммунистической партии Германии «Der Knüppel» («Дубинка», 1923–1927). Во всех случаях дуэт Хартфильда и Гросса оперировал графикой, а не фотомонтажом.

Вот как характеризовал свои работы Грос: «Краску я отменяю. Линию веду индивидуально-фотографически; конструирую для того, чтобы дать скульптурность. Устойчивость, построение, целесообразность — спорт, инженер, машина. Вводится контроль над линией и формой» [21, с. 30]. Он остался верен графике и в дальнейшем. А вот Хартфильд в своем творчестве будет обращаться в основном к фотомонтажной эстетике: в агитационных плакатах, в оформлении обложек издательства левой литературы «Малик» («Malik-Verlag»), а в первой половине 1930-х годов — и в рабочем иллюстрированном журнале.

Революционный фотомонтаж советских конструктивистов

Одновременно с творческими опытами берлинского дада в Советской России к фотомонтажу обращались художники конструктивизма. Они практиковали этот метод для создания факта, а не для «перемешивания пестрой мишуры, сталкивающейся в плоскости страницы» [22, с. 70], как у дадаистов. Любовь Попова достаточно четко обозначила цели использования нового метода: «Под фотомонтажом мы разумеем использование фотографического снимка как изобразительного средства. Комбинация фотоснимков заменяет композицию графических изображений. Смысл этой замены в том, что фотоснимок не есть зарисовка зрительного факта, а точная его фиксация. Эта точность и документальность придают фотоснимку такую силу воздействия на зрителя, какую графическое изображение никогда достичь не может» [23, с. 41].

Агитационный потенциал фотомонтажа раскрывался в оформлении массовых революционных праздников Густава Клуциса (первый пример в 1918 году), в рекламе, обложках и иллюстрациях Александра Родченко (например, в книге Владимира Маяковского «Про это»), в выставочном дизайне Лазаря Лисицкого и Сергея Сенькина (фотофрисы для советского павильона на выставке «Пресса» в Кёльне), а использование фотомонтажа в плакатах стало нормой. Эксперименты с фотографией приводят к тому, что в СССР фотомонтаж становится не только художественным средством отображения факта, но и методом, выделяется в особый жанр революционного искусства.

Фотомонтажное формирование объективной реальности противопоставлялось традиционной фотографии. Если «художественная фотография... старалась подражать живописи и рисунку, отчего ее продукция была слаба и не выявляла тех возможностей, которые в фотографии имеются» [23, с. 44], то «фотомонтаж, организуя одновременно ряд формальных элементов — фото, цвет, лозунг, линию, плоскость, — имеет одну целеустремленность — достичь максимальной силы выразительности. Фотографические снимки используются как изобразительное искусство и вместе с тем как составная часть целостного организма» [24, с. 124].

Логичным было то, что техника и эстетика фотомонтажа были востребованы в советской периодике. Фотомонтаж можно увидеть на обложках и страницах специализированных журналов, таких как «Кино-фот», «ЛЕФ» и «Новый ЛЕФ», «Техника и жизнь», «Радиослушатель», «Синяя блуза» и множества других. Этот прогрессивный метод в начале 1920-х годов ассоциировался с работами художников-конструктивистов Клуциса и Родченко. Если Клуцис был первым, кто на практике применил фотомонтаж, то за Родченко — приоритет в его массовом использовании на страницах печатных изданий.

Журнал «левого фронта в искусстве» как нельзя кстати подходил для экспериментов с фотоизображениями. В 1922–1923 гг. Родченко смонтировал серию обложек «ЛЕФа», в которых в основном оперировал фотоматериалом, задав тенденцию и обозначив основные принципы нового метода. Он проиллюстрировал статью Льва Кулешова в журнале «Кино-фот» о монтаже кинематографическом смонтированными фотографическими «построениями не интуитивными, не случайными, а построениями точными, на начале метрическом и ритмическом» [25, с. 12]. Монтаж фотографический опирался на заданную структуру-конструкцию, что в корне отличало его от анархической аморфности дадаистских коллажей.

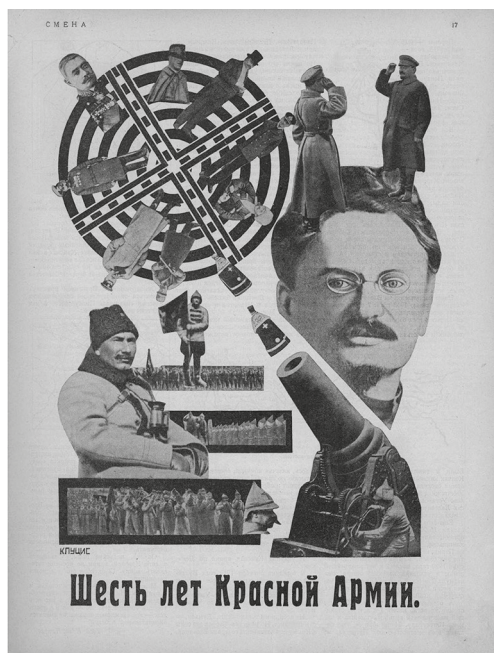


Рис. 2. Обложка и страница журнала «Смена», № 3. С.Сенькин, Г.Клуцис. Москва, 1924. Дата обращения июнь 20, 2023. <http://www.magzdb.org/num/7359>

Не остались в стороне от фотомонтажа иллюстрированные журналы общеполитической и литературно-художественной направленности. Наиболее ярко это проявилось в журнале рабочей молодежи «Смена», основанном решением ЦК РКСМ в 1924 г. Буквально со второго номера фотомонтаж становится обязательным для издания. Работа Клуциса и Сенькина для нескольких первых выпусков делает их тематическими, начиная с обложки и продолжая на фотомонтажных страницах, которые по изобразительно-выразительным средствам приближались к плакату. Второй номер подготовлен на смерть Ленина, третий посвящен годовщине образования Красной армии (рис. 2), четвертый — борьбе рабочего класса.

С уходом Клуциса и Сенькина фотомонтаж стал реже появляться на обложках и страницах «Смены», однако не исчез вовсе. Он не стал занимать полностью полосу, обособляться и подчеркивать свою индивидуальную плакатную метафоричность, но интегрировался в текст. Став неотъемлемой частью композиции, фотомонтаж активно вовлекался в агитационный дискурс 1920-х годов, ярко представляемый советской прессой. С его помощью передавалась атмосфера студенческих будней, демонстрировался накал борьбы с фашизмом и военщиной. Премственность поколений революционеров в статье «Против троцкизма» (№ 19–20, 1924) показывалась диагональным монтажом фотофигур, очищенных от фона для того, чтобы окружить их ступенями текстовых колонок (рис. 3).

С самого первого номера в «Смене» начали публиковать изобразительную статистику как средство подтверждения фактов, указанных в публикации. Для этого в большинстве случаев использовались линейные, столбиковые либо фигурные



Рис. 3. Разворот журнала «Смена», № 19–20. Анонимный автор. Москва, 1924. Дата обращения июнь 20, 2023. <http://www.magzdb.org/num/7375>

диаграммы. Пропорциями своих изображений последние демонстрировали в сравнении сведения, например, о тяжести военной службы в различных странах или о пролетарском составе партии большевиков. И здесь советские художники также успешно применяли фотомонтаж. Так, в диаграмме «Что спрашивают дети?» (№ 9, 1927) столбики диаграммы были заполнены фрагментами детских фотографий. А визуализация роста бюджета «мира» на 180% (№ 22, 1927) опиралась на фотоизображения военных Англии, Франции, Италии и США, фигуры которых были даны в пропорциональном сравнении за 1913 и 1926 гг.

Военная угроза как мобилизационный фактор социалистического государства визуализируется «Сменой» в разворотных монтажах 1920-х годов. Фото-разворот «Вот чем грозят капиталистические «миротворцы»» (№ 11, 1927) демонстрирует примат визуальной составляющей (рис. 4). Вербальный посыл тоже есть, но он раздроблен на отдельные блоки-легенды, внедряемые в промежуток между изображениями. По сути, мы имеем дело с визуальным нарративом, последовательно погружающим читателя в тему. А приемы фотомонтажа только усиливают впечатление от композиции и от дважды артикулированного содержания: визуальное и вербальное. Парящие в пространстве разворота самолеты, угрожающе выступающие за границы фотографии стволы артиллерийских орудий, бюст офицера в противогазе, завершающие циркуляцию боевые корабли в левом верхнем углу — все это кульминация трехчастного повествования. Этот тематический блок состоит из стартовой статьи «Так начинается война», описанного фоторазвота и финального очерка «Человек против танка».



Рис. 4. Разворот журнала «Смена», № 11. Анонимный автор. Москва, 1927. Дата обращения июнь 20, 2023. <http://www.magzdb.org/num/7439>

Издательство «Молодая гвардия» выпускало не только «Смену», но и одноименный литературно-художественный журнал, на страницах которого вместе встретятся фотомонтажи Родченко, Клуциса и Сенькина. Это произойдет в специальном «ленинском» выпуске «Молодой гвардии» (№ 2–3, 1924). Монтаж начинается сразу с обложки, где Клуцисом была использована знаменитая фотография Ленина с вытянутой вперед рукой, сделанная Григорием Гольдштейном 1 мая 1919 г. на Красной площади в момент открытия временного памятника Степану Разину. В этом выпуске журнала художник обращается к иконическому образу вождя пролетариата еще раз, но уже в совокупности с фоновыми фотофрагментами и импровизированной трибуной. Фотомонтаж Родченко был основан на соединении изображений умершего вождя с диагональными кумачовыми полотнами и фото-колоннами скорбящих масс.

Кроме «Смены» фотография превалировала в оформлении иллюстрированного литературно-художественного и сатирического журнала «Пржектор» (1923–1935). Как основной метод формирования композиции выступал коллаж отдельных снимков с четко очерченными контурами, часто в разворотном исполнении. Однако имел место и фотомонтаж, например на странице, посвященной шестой годовщине Великой Октябрьской революции (№ 18, 1923), где демонстрация трудящихся на Красной площади совмещается с центральным образом турбины, самолета и иерархически расставленными фигурами лидеров (рис. 5). Динамичность страницы подчеркнута стремительным движением паровоза и автомобиля, иллюстрирующим лозунг дня «Строим и завоевываем технику».

Да здравствует шестая годовщина Великой Октябрьской Революции,
провозвестница Мировой Социальной Революции!



Рис. 5. Страница журнала «Прожектор», № 18. С. Лопатин. Москва, 1923. Дата обращения июнь 20, 2023. <http://magzdb.org/num/4111399>

В определенной степени оригинальным было совмещение рисунков карикатурного содержания с фотографией, что роднило страницы журнала со стенгазетой, выполненной при помощи плакатного пера, ножниц и клея. На фронтиспise упомянутого номера к фотографии вождя пролетариата Борисом Ефимовым были добавлены руки, сжимающие «красный лист календаря». Это позволило логично перейти от иконографичного образа к карикатуре. А на бросившиеся в рассыпную гротескные фигуры противников нового наложить фотоизображение ошестившегося штыками грузовика с революционными рабочими, солдатами и матросами.

В одиночестве, панорамно, соединяясь в коллажное панно, фотография доминировала и в иллюстративном оформлении «Огонька». Если во второй половине XX в. это уже ведущее иллюстрированное издание СССР, то в 1920-х годы «Ого-



КРАСНАЯ АРМИЯ ЗОРНО СТЕРЕЖЕТ НАШИ ГРАНИЦЫ!

23 февраля исполняется восьмилетие декрета Красной армии, отирывшего собой историю величайшей, небывалой в мире героической и победоносной военной мощи трудящихся советской страны.

На верхнем снимке: пограничная арка между СССР и одним из прибалтийских государств; вид с зарубежной стороны.

Рис. 6. Обложка журнала «Огонёк», № 8. Анонимный автор. Москва, 1926. Дата обращения июнь 20, 2023. <http://www.magzdb.org/num/2138916>

нёк» — в конкурентной борьбе. Можно увидеть противопоставления в наименовании («огонек» против «прожектора»), в его начертании на обложке (дореволюционная декоративность против «подлинно революционного» гротеска), в дизайне разворотов. И фотомонтажу в нем уделялось не так уж много внимания на обложках еженедельника и тем более на его внутренних страницах. А имеющиеся примеры только подчеркивают эклектику противостояния старого и нового (рис. 6).

Заключительным аккордом фотомонтажа в иллюстрированной прессе 1920-х годов звучат обложки общественно-политического и литературно-художественного рабочего журнала «Даёшь» (1929), в которых фотография и графика становятся главными источниками визуальной информации. С журналом плотно сотрудничали фотографы Дмитрий Дебабов, Борис Игнатович, Михаил Кауфман, фотограф и дизайнер Александр Родченко, художники Александр Дейнека, Мечислав

Доброковский и Дмитрий Моор. Поэтому на страницах этого издания иллюстрация, карикатура и шарж соседствовали с ракурсной конструктивистской фотографией и фотомонтажом.

Визуальной поддержкой лозунга «Даёшь!» служила изобразительная статистика в виде разнообразных диаграмм. Интерес вызывают примеры совмещения фото и инфографики: столбиковая диаграмма расхода хлеба заполнена фотоизображениями основных потребителей (№ 1, «Даешь хлеб!»), линейный график на фоне россыпи зерна показывает рост урожая хлеба (№ 10, «Даешь зерновую фабрику!»).

Иллюстрированные издания пролетариата Германии

Немецкая иллюстрированная периодика к началу 1920-х годов имела богатую историю. Ведущим иллюстрированным журналом, издававшимся в Веймарской Германии, был еженедельник «Berliner Illustrierte Zeitung» («Берлинская иллюстрированная газета», далее по тексту — BIZ) с тиражом более миллиона экземпляров. Массовый и аполитичный журнал делал ставку на неординарную, сенсационную и эпатажную фотографию, скрашивающую досуг читателя. Фото предьявляли публике знаменитостей, документировали спорт и развлечения, освещали политические события и промышленные инновации, обращались к искусству и путешествиям.

Захватывающие репортажи из далеких стран, визуальные кульминации документальных фотографий, сделанных с борта воздушного шара, из кабины гоночного автомобиля, во время прыжка с парашютом увлекали читателя в направлении «смотреть, а не читать». И обывательская аудитория требовала более четкой и лаконичной формы представления, где на первый план выходило быстрое восприятие, а содержание становилось второстепенной задачей.

Бессменный редактор BIZ Курт Корф (Kurt Korff) в своем эссе под названием «Die illustrierte Zeitschrift» («Иллюстрированный журнал», 1927) обозначил контуры новой визуальной политики в журналистике. Он констатировал, что изображения не только быстро заменили письменное слово, но и добавили театральности репортажам, усилили их развлекательную ценность. Эстетика фотографии создала новое ощущение реальности. Корф признавал, что «выбор и принятие фотографий определялись не важностью материала, а исключительно привлекательностью самой фотографии» [26, S. 646]. При этом фотомонтажу на страницах BIZ места практически не нашлось (за исключением обложки № 41 от 1925 г., на которой фотоизображения голов известных персон смонтированы поверх заголовка журнала). Впрочем, это было характерно и для других подобных иллюстрированных изданий Германии 1920-х годов, издававшихся в Мюнхене, Лейпциге, Кёльне, Гамбурге и других немецких городах.

Пионерами массового внедрения фотомонтажа в периодику Веймарской республики были иллюстрированные издания Вилли Мюнценберга (Willi Münzenberg). В сентябре 1921 г. в Германии начала выходить иллюстрированная газета «Советская Россия в фотографиях» («Sowjet Russland im Bild»), основной целью которой была информационная поддержка сбора средств в Международный фонд поддержки рабочих (Межрабпом) для помощи голодающим в России. Этот ежемесячник с весьма скромным тиражом 10 тыс. экземпляров повествовал о преодолеваемых трудностях строительства нового мира, о культурных и социальных достижениях первого социалистического государства, о международном рабочем движении и т. п.

После окончания мировой войны Веймарская Германия была ввергнута победителями в жесточайший экономический и финансовый кризис, инфляционный пик которого приходился на 1922–1923 гг., когда цены выросли в миллиарды раз. В этот период в конце 1922 г. газета меняет название, больше подходящее для привлечения читателей на сторону коммунистического рабочего движения — «Sichel und Hammer» («Серп и молот»). Возрастает агитационная активность, целью которой была антифашистская политическая мобилизация пролетариата.

А уже через год после подавления коммунистического вооруженного восстания в октябре 1923 г. Компартия Германии (КПГ), Межрабпом и все их издания были запрещены. Поэтому Вилли Мюнценбергу, как инициатору укрепления межгосударственных связей, передается в управление политически нейтральное «Новое немецкое издательство» («Neuer Deutscher Verlag»), под сень которого и встает иллюстрированное издание. Теперь «Серп и молот» формально не принадлежит ни Коминтерну (через Межрабпом), ни КПГ. Это позволило без оглядки на них сформировать собственный визуальный язык для разговора с рабочими. Ведь руководство КПГ с опаской относилось к фотографии как средству агитации и пропаганды, считая ее буржуазным инструментом оболванивания масс, что хорошо проявилось в прошедшей войне. Поэтому партийные издания были категоричны в отказе фотографии и иллюстрации. Исключение составляли карикатуры.

Однако в Москве считали иначе: Коминтерн занимал другую позицию относительно «изо». И через информационный концерн Мюнценберга был дан зеленый свет визуальной агитации. Да и сам Мюнценберг считал, что теоретические методики малоинтересны простому рабочему, и потому внимательно присматривался к новациям советских художников. Хотя в Германии в начале 1920-х годов опыт работы с фотомонтажом уже присутствовал.

Экономические возможности издательства позволили приглашать к сотрудничеству известных художников и фотографов, предоставлять трибуну советским коллегам. Так в «Серпе и Молоте» печатаются фотографии Макса Альперта, фотолозунго-монтажи Клуциса — можно сказать, что фотомонтаж в издание Мюнценберга пришел не от берлинского дада, а от конструктивистов далекой России. Это влияние чувствуется в сопоставлении работ советских и немецких коллег по цеху. Так с монтажных обложек иллюстрированных журналов — упомянутого выпуска «Молодой гвардии» и «Серпа и молота» (№ 4, 1924) — одинаково к читателю обращался В. И. Ленин.

Грамотная редакционная политика сделала этот небольшой ежемесячник, рассказывающий о событиях в далекой Советской России, самым популярным среди немецкого пролетариата иллюстрированным общественно-политическим журналом с актуальными темами и актуальными же изображениями. В 1925 г. издание получает новое название «Arbeiter-Illustrierte Zeitung» («Рабочую иллюстрированную газету», далее по тексту — AIZ) и новые задачи.

AIZ не хотел быть просто одним из иллюстрированных журналов. Его целью было создание «новой формы прессы, которая представляла бы жизненный мир читателей со всеми их проблемами и потребностями» [27, S. 103]. Острая публицистика Курта Тухольского (Kurt Tucholsky), карикатуры и шаржи Гросса, социальная графика Кете Кольвиц (Käthe Kollwitz) привлекали читателя, который листал AIZ на досуге, исподволь погружаясь в идеологическую атмосферу. В журнале

были и спортивный раздел, и статьи, посвященные женщинам и детям, и отрывки из последних романов или сборников стихов. А помимо этого — сочувствие забастовщикам и демонстрантам, простые рассказы о быте немецких рабочих семей и контрастное (по сравнению с Веймарской республикой) представление жизни в Советском Союзе.

Журнал был своим для рабочего, ведь там печатались статьи на актуальные ему темы, а помимо профессиональных фотографий публиковались работы фотолюбителей — таких же рабочих. Несмотря на то что они были выполнены любительской камерой, этот материал часто превращался из семейных фото в фотомонтажные симулякры.

Особенностью дизайна макета AIZ было наличие разворотов, выполненных фотомонтажным методом. «Разворотное» композиционное мышление для 1920-х годов было скорее исключением из правил. В ходу была постраничная верстка. Соответственно, по отдельности формировались полосы иллюстрированных журналов. И AIZ был далеко не первым. В журнале «Jugend-Internationale» («Молодежный Интернационал») и в предшественнике AIZ — «Серпе и молоте» также можно было встретить пока еще робкий переход заголовка через корешок. Варвара Степанова демонстрировала динамику разворотных композиций в «Советском фото». Пример — изображение стенгазеты «Фотоглаз», смело пересекающее корешок, перенося две трети своего формата на правую полосу (№ 7, 1926). Те же «Смена» и «Прожектор» демонстрировали такое композиционное видение печатного издания, когда не страница, но разворот становился форматом композиции.

Почти в каждом номере AIZ один, как правило, центральный разворот отводился для тематического визуального послания плакатного типа. Сначала они строились на основе фотоколлажа — размещения отдельных изображений (практически без текста за исключением заголовка и минимальных легенд) по образу и подобию фотоальбома. Внедрение фотомонтажа на первых порах заключалось в появлении вырезанной фигуры или нескольких групп с их простым наложением на расположенные на развороте фотографии. Например, в № 28 за 1926 г. антивоенный коллаж из фото орудий смерти центрируется не только лозунгом «Гонка вооружений к новой мировой войне» и доминирующей сценой газовой атаки, но и поясным портретом воина в противогазе, вырезанного по контуру.

В последующие годы построение таких разворотов-плакатов усложняется, добавляется пропагандистский нарратив, который обеспечивал монтаж. Россыпь различных изображений цементировалась структурой. Так это было сделано в публикации «Фронт против Советской России» (№ 12, 1927). Авторы посредством фотомонтажа показали кольцо врагов молодого социалистического государства и персонифицировали их изображением наиболее узнаваемых представителей власти: президентов, премьер-министров, диктаторов и др. В центре разворота — схематичная карта СССР с не менее схематичными фигурами красноармейцев и сочувствующих повстанцев в сопредельных странах. Окружность здесь — не только символ капиталистического окружения, но и марксистский призыв к объединению рабочего класса «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!».

Еще один пример — разворот-плакат «13 лет Гиндесбургу» (№ 39, 1927). Тринадцать лет назад началась Первая мировая война, ставшая трагедией для миллионов. Фотомонтаж вобрал в себя сразу несколько информационных слоев (рис. 7). Изо-



Рис. 7. Разворот журнала «Arbeiter-Illustrierte Zeitung», № 37. Анонимный автор. Берлин, 1927. Частная коллекция

бражение генерала Пауля фон Гиндебурга (Paul von Hindenburg), ставшего в 1925 г. рейхспрезидентом первой германской республики, перекликается с его фотографией кайзеровского периода. Он же провожает взглядом с почтовой марки ряды могильных крестов жертв Вердена и встречает строй новобранцев, готовящихся на новую бойню. Сопоставление этих горизонтов с блеском высшего света, где вращается Гиндебург, подчеркивает тревогу за будущее страны. А громадная фигура автора концепции «тотальной войны» Эриха Людендорфа (Erich Ludendorff), в голову которой раструбом упираются солдатские шеренги, демонстрирует тенью власть в Германии — власть генералитета. Из вполне дежурных снимков дизайнерам журнала удалось смонтировать драматичный разворот, обращающийся скрытым политическим призывом к рабочему электорату.

Подобным образом выполнен разворот «Для народного протеста против строительства броненосных крейсеров» (№ 35, 1928). Во время предвыборной кампании в рейхстаг Социал-демократическая партия Германии (СДПГ) вместе с КПГ выступала категорически против непосильных военных расходов. Однако, победив, социал-демократ и рейхсканцлер правительства Герман Мюллер (Hermann Müller) пошел на соглашение с правящей коалицией и одобрил строительство корабля.

На левой части разворота он изображен в форме прусского генерала, выражающего беспокойство акциями мирового сообщества против рейхсвера (рис. 8). В подписи под фотомонтажом обращение к избирателям: «Мы обещали хлеб? Хлеб — это броненосный крейсер». Справа — сложная конструкция из фотоизо-

Für das Volksbegehren gegen den Panzerkreuzer-Bau



Рис. 8. Разворот журнала «Arbeiter-Illustrierte Zeitung», № 35. Анонимный автор. Берлин, 1928. Частная коллекция

бражений собственно корабля, агитационного фургона СДПГ с лозунгами против его строительства, военной верхушки Веймарской республики и женщины с малолетними детьми. Нарисованные дети в правом нижнем углу тянутся за едой, завершая композицию и отсылая читателя к предвыборному лозунгу СДПГ «За детское питание — против строительства броненосного крейсера!».

Характерным отличием данного разворота является наличие большого объема текста. Акцидентные надписи сконцентрированы рядом с образом Мюллера, ритмично организованы и структурно разделены линейками. Основной наборный блок участвует в создании общей динамики, диагонально отталкиваясь от резюмирующего послания читателям, заключенного в жирную рамку. Эта идея выражается вербально: «Перед выборами — гигантские плакаты против строительства броненосного крейсера. После выборов — разбазаривание гигантских сумм на строительство броненосного крейсера. Это результат коалиционной политики!». И эта идея более успешно облечена в смонтированную визуальную оболочку.

В номере AIZ, посвященном успехам индустриализации в СССР (№ 1, 1929), создается двухуровневая фреска, сложенная из фигуры донецкого рабочего, фотографий строительства Дома культуры им. Горького и цехов текстильной фабрики «Красное знамя» в Ленинграде, парадного шествия вооруженных рабочих по Красной площади и процесса ликвидации неграмотности (рис. 9). Изображение рассекается приветствием от имени двух миллионов немецких читателей AIZ пролетариям Советского Союза с пожеланием новых успехов на фронтах социалисти-



Рис. 9. Обложка и разворот журнала «Arbeiter-Illustrierte Zeitung», № 1. Анонимные авторы. Берлин, 1929. Частная коллекция

ческого строительства и защиты от нападений мирового капитала в новом 1929 г. Этот новогодний номер журнала интересен не только этим разворотом, но и фотомонтажной обложкой. На ней красноармеец зорко охраняет мирный труд, который символично представлен двумя частями фоновой фотографии дымящего трубами комбината.

Анонимные фото, безвестный дизайн

Кто фотографировал или представлял фото? Кто делал макеты журнала и занимался фотомонтажом? Если на первый вопрос еще есть возможность вполне определенно ответить, то второй до сих пор остается без ответа. Да и вопрос об авторстве фотографий часто повисает в воздухе — к работе, кроме агентств в различных странах (в том числе советского треста «Русс-Фото»), привлекались сами читатели журнала. В номере от 25 марта 1926 г. AIZ объявил конкурс на лучшие любительские фотографии из обыденной жизни рабочих и об их политической активности.

С одной стороны, издание частично устраняло зависимость от коммерческих поставщиков материала, с другой — фотографии, предоставленные собственными читателями, были бы интересны данной аудитории — каждый хочет увидеть себя или знакомых на страницах известного издания. Движение за рабочую фотографию становилось массовым. Для таких фотолюбителей даже было создано в 1926 г. специальное издание — «Der Arbeiter-Fotograf» («Рабочий-фотограф»). В СССР ту же функцию поддержки фотолюбительского движения выполняли журналы «Фотограф» и на первых порах «Советское фото».

Став «глазом» пролетариата, рабочий-фотограф ставил задачу научить других людей использовать свои глаза таким образом, чтобы помочь им пристально взглянуть на свою повседневную среду [28, р.4]. А сама фотография становилась инструментом классовой борьбы и политического просвещения. Ведь через фотографию и фотомонтаж читатели могли увидеть реальность своей собственной жизни, неравенство клас-

сов и несправедливость политической системы. Они могли получить документальные доказательства несправедливой и репрессивной деятельности государства и правых политических организаций, почувствовать потенциальную силу объединения сил пролетариата, что могло привести к сознательным политическим действиям.

Политическая борьба в Веймарской республике выплескивалась на улицы и превращалась в насилие. Поэтому анонимность фотографов была велением времени. Если вначале фотографии имели авторство, то позже, чтобы защитить безопасность фотокорреспондентов, они подписывались лаконично — «Arbeiterfotograf».

Фотомонтаж также был анонимным. Сотрудничество Хартфильда и Мюнценберга началось только в 1927 г., и не в рамках AIZ. Тогда знаменитый фотомонтер поработал в одном из многих изданий «Нового немецкого издательства» — в «Новой России» («Das neue Russland»). Годом позже Хартфильд стал оформлять обложки книг этого издательства. И только с мая 1930 г. он начал создавать в AIZ фотомонтажи, ставшие впоследствии визитной карточкой журнала и ставшие «одним из самых ярких примеров радикального искусства» [29, p. 237].

Согласно исследованиям [15; 30], до этого времени Хартфильд не работал с этим изданием, и художника подобного масштаба в составе редакции не было, а редакторы просто не имели проектно-художественных навыков для создания из простых фотографических фрагментов сложных, требующих технических знаний и творческой возможности, композиций.

Судя по тому, что в состав редакции AIZ на постоянной основе входили лишь пять человек (!), верстку издания осуществлял один-два сотрудника, отвечающие за оформление журнала [31, S. 7]. Неизвестные наборщики и монтажеры, вдохновленные авангардными решениями советских конструктивистов и поисками немецких художников, стояли за революционными разворотами «типо-фото» (по Чихольду), за плакатными обложками (как у Клуциса и Родченко). Они заполняли большеформатное издание (29 × 43 см, пропорцией 2:3) фотоматериалом от немецких пресс-агентств и фотобюро, от коллег из СССР, от подписчиков и рабочих-фотографов. Они резали и клеили, клеили и переформатировали, оставаясь в неизвестности.

Рассматривая дизайн AIZ, к сожалению, оставшийся для нас анонимным, в ракурсе тенденций послереволюционного (и для Германии тоже) десятилетия, можно увидеть интересную эволюцию в фирменном начертании журнала. В момент преобразования издания в 1925 г. логотип выглядел стандартно для периодики Германии: готическая рукописная надпись, симметрично расположенная в верхней части обложки. Акцент был сделан на словах «Arbeiter-Illustrierte», непосредственно указывая на читательскую аудиторию, а отчеркнутое линейками слово «Zeitung» набиралось мелким кеглем. Для сравнения: в иллюстрированных журналах Берлина, Лейпцига, Мюнхена и Кёльна увеличенным давалось словосочетание «Illustrierte Zeitung» («Иллюстрированная газета»).

Однако такая визуальная схожесть не устроила издателей. Спустя несколько месяцев Мюнценберг (возможно, сам) принял решение о новом логотипе, основывающемся на аббревиатуре AIZ (буквы на обложке разделялись дефисами до 1932 г.). Сама надпись упростилась по начертанию и получила объем. В итоге журнал обрел лаконичный дизайн в духе исканий авангардной типографики и ноток ар-деко, с одной стороны, и получил визуальную уникальность, с другой — обособился от конкурирующих иллюстрированных изданий Германии. Интересно, что

в следующий раз логотип получил кардинальные изменения в начале 1933 г., когда аббревиатура «потеряла» дефисы, окончательно упростилась гротеском и получила более выраженную пространственную глубину. Идея этого редизайна, скорее всего, основывалась на кассандровском лого «VU», выполненном знаменитым художником для французского журнала в 1928 г.

Полиграфическая конструкция AIZ была простой и не оказывала дополнительной поддержки графическому дизайну издания. Упрощенно стандартным и бюджетным было отсутствие переплета, листы вкладывались друг в друга, как газета. Ни складней, вклеек и вырубков, ни колористических экспериментов в издании не обнаружено. Все это станет востребованным позже — в 1930-х годах в советском журнале «СССР на стройке».

Ориентиры фотомонтажа в иллюстрированных журналах

AIZ становится образцом для подражания, примером эффектных фотомонтажных разворотов, впечатляющих фотообложек. Проецирование идей рабочего иллюстрированного издания на другие страны привело к возникновению британского журнала «Workers' Illustrated News» («Рабочие иллюстрированные новости»), социал-демократического таблоида «Der Kuckuck» («Кукушка») в «Красной Вене», коммунистического еженедельника «Regards» («Взгляды») во Франции [32].

Пролетарский еженедельник служил ориентиром и оказывал огромное влияние на конкурирующие журналы Веймарской Германии, такие как «Иллюстрированный обозреватель» («Illustrierter Beobachter») национал-социалистов, социал-демократический «Народ и время» («Volk und Zeit») и на некоторые другие популярные издания, например на «Мюнхенскую иллюстрированную прессу» («Münchener Illustrierte Presse», далее по тексту — MIP). Ее редактор Стефан Лоран (Stefan Lorant) как-то признался, что «он и его коллеги из других изданий часто вытаскивали последний номер AIZ из ящиков своего стола, чтобы получить идеи для новых способов представления фотографий» [28, p. 11].

Дальнейшая радикализация общества в Германии вылилась в формирование двух политических антиподов: коммунистического и нацистского. Шла борьба за умы и симпатии рабочего класса и сочувствующих слоев населения. И если AIZ, как издание близкое к Коминтерну, было на стороне немецких коммунистов и занимало визуально остро выраженную антифашистскую позицию, то и национал-социалисты не сидели сложа руки. В 1926 г. начинает выходить «Иллюстрированный обозреватель» (далее по тексту — IB) как иллюстрированное приложение к главному рупору нацистской партии — газете «Народный обозреватель» («Völkischer Beobachter»). Этот еженедельник также использовал фотографию в качестве средства пропаганды. На этот раз нацистской. Интересно, что и коминтерновский AIZ, и нацистский IB исследователи причисляют к основным иллюстрированным журналам Веймарской Германии вместе с BIZ и MIP [33].

Иллюстрированное издание нацистов демонстрировало документальные фоторепортажи с партийных съездов и мероприятий, возбуждало ненависть к евреям и большевикам, много внимания уделяло изображениям партийных бонз. Для создания образа народного защитника, а впоследствии популярного канцлера, который сыграл важную роль в переустройстве Германии, IB ярко представлял Гитлера.

Только на 52 обложках 1938 г. он был изображен 35 раз [34]. Кроме того, ему было посвящено много специальных выпусков.

Американский искусствовед С. Хеллер, сравнивая AIZ и IB, отметил сходство этих журналов и их следование общим тенденциям в дизайне иллюстрированных журналов [35, p. 81]. Внешнее и внутреннее оформление было созвучно с другими немецкими изданиями 1920-х годов, далекими от политики. Оба журнала печатались способом ротогравюры с использованием одного темно-коричневого цвета, который в тексте был практически черным, а в фотографиях превращался в оттенки сепии. Готический шрифт и рукописные заголовки, характерные для периодики Германии, широко встречаются на страницах AIZ и IB. И в целом их дизайн-макет имел схожие черты. Все это позволило Хеллеру сделать вывод о том, что между «красным» AIZ и «коричневым» IB не было существенных отличий.

Попробуем рассмотреть сходства и различия, укрывшиеся от взора американского коллеги. Действительно, дизайн обложек этих изданий был характерен для иллюстрированных журналов того времени. В первоначальном виде — традиционное готическое написание, симметричная композиция и центральная фотография. Однако хронометраж последующих изменений позволяет выявить новатора и копииста. Если AIZ к 1927 г. переходит к аббревиатуре и ее объемному изображению, то в IB повторили этот маневр в 1929 г.

Согласиться можно с сопоставимым объемом фотоматериала в этих журналах и наличием фоторепортажей на их страницах, а также в других ведущих иллюстрированных изданиях Веймарской республики — в BIZ, а особенно в MIP, где Лоран создал «фоторепортаж с полной последовательностью изображений» [36, S. 87]. В эмпирическом исследовании содержания этих еженедельников [33] показано, что количество фоторепортажей резко возросло с 1927 г. А к 1933 г. все четыре еженедельника имели повествовательную структуру и схожие элементы дизайна, например разворотную композицию макета, современный набор текста, различные форматы фотографий, ключевые изображения, свободно плавающие и перекрывающиеся изображения.

Но если фотомонтаж в пролетарском еженедельнике был на постоянной основе и начинался еще в его предшественнике — в «Серпе и молоте», то нацисты поначалу выражали неприятие этого способа визуального повествования. Дело доходило до судебных преследований, когда в 1927 г. в отношении AIZ они выдвинули судебный иск о фальсификации фотографий и обвиняли в антигосударственной деятельности. Доходило дело и до парламентских слушаний, что лишь добавило популярности изданию — к началу 1930-х годов тираж достигает нескольких сотен тысяч экземпляров. В IB фотомонтаж становится актуальным способом визуального построения значительно позднее.

Что касается дизайна изданий, то в AIZ существовали «разворотные решения», так называемые плакатные развороты, когда изображения выходили на поля и даже под обрез страницы. В нацистском журнале к этому пришли к началу 1930-х годов. А до этого страницы очерчивались тонкими рамочками вокруг печатной полосы по примеру BIZ или MIP. Иногда это делалось для каждой отдельной странице, что препятствовало формированию целостной композиции разворота.

К 1932 г. отличия в дизайне AIZ и IB нивелировались — нацисты взяли на вооружение лучшие пропагандистские находки коминтерновского журнала [37].

Впрочем, уже в середине следующего года нацистский пропагандистский аппарат перестал рассматривать фотомонтаж как средство обращения к электорату. Его начинают использовать в основном в качестве дидактического средства, поэтому в ИВ ему уделялось внимания все меньше и меньше. Пафос нацистской пропаганды уже не нуждался в подобных средствах.

Сравнивая АИЗ с советскими журналами послереволюционного десятилетия, можно увидеть, как распространяется влияние по направлению Москва — Берлин. Усилиями советских художников фотомонтаж становится концептуальным решением создания визуального ряда и средством формирования нарратива. Напротив, «Берлинские дадаисты использовали фотографию как изображение реди-мэйд, склеивая его вместе с вырезками из газет и журналов, надписями и рисунками, образуя хаотичный, взрывной образ, провокационное расчленение реальности» [14, р. 12–3]. Клочковатость дадаистского коллажа заменяется структурным построением фотомонтажа конструктивистов, можно сказать, фактологическим монтажом информационной составляющей с вкраплением изобразительной статистики.

В исследовании Жозефины Дон Адес (Josephine Dawn Adès) приведены примеры фотомонтажа в «ЛЕФ», как наиболее характерные для конструктивизма [14, р. 15]. Однако в журналах АИЗ и «Смена» это делалось особенно масштабно, и не только на обложках и в отдельных иллюстрациях. Поэтому следует сопоставлять именно эти два издания. К тому же они оба обращались непосредственно к трудящимся и находились на одной идеологической платформе.

Фотомонтажные обложки, страницы и развороты «Смены» начались с самого начала существования журнала. Композиции из фотографий, геометрических фигур, линий в сочетании с лозунгами и короткими легендами были отличительной чертой дизайна его первых номеров (фотолозунгомонтажи Клуциса и Сенькина № 2–4, 1924). Графические многоцветные обложки перемежались с обложками фотографическими и фотомонтажными (№ 3, 1927; № 21, 1928; № 22, 1929; и др.). Часто их дизайн базировался на незамысловатом отделении фигуры от фона снимка, но были и более сложные пластичные решения (рис. 10). Развороты-плакаты наподобие монтажей АИЗ имели место, но не из номера в номер, а эпизодически («Наш страж Красная Армия», № 4, 1926; «Когда станки отдыхают», № 6, 1927; и т. д.).

И все же наиболее часто фотомонтаж исполнял роль иллюстративного сопровождения для текста. Это можно увидеть на разворотах с публицистикой («Рабочие-изобретатели», № 17, 1924), со стихотворными произведениями (стихи «Деревушка» Р. Романа, № 3, 1925), с репортажами («Строители небоскребов», № 3, 1926). Вместе с этим иллюстрации выполнялись и графически с привлечением художников-профессионалов.

Однако к концу десятилетия визуальная энергетика журнала значительно упала: все меньше и меньше публиковалось фотографий, которые заменялись рисунком. Фотомонтаж если и был, то стал более формальным. В редакционной статье в № 23 за 1929 г. констатировалось: «Чем была “Смена” в 1928 и 1929 гг.? В значительной мере бесцветным, не имеющим своего лица, лишенным боевого большевистского духа “бытовым” журналом». В итоге заявленная реорганизация журнала, особенно в части общего дизайна, верстки и фотоматериала, в том числе фотомонтажа, получилась весьма удачной для номеров, датируемых 1930–1931 гг. Отчасти

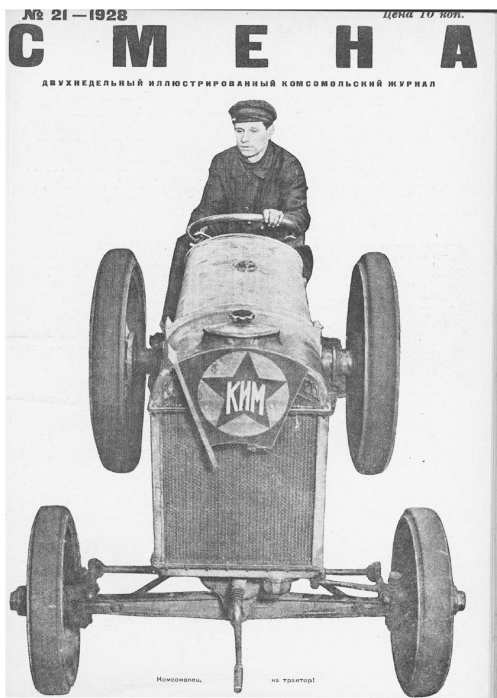


Рис. 10. Обложки журнала «Смена», № 21, 22. Анонимные авторы. Москва, 1928, 1929. Дата обращения июнь 20, 2023. <http://www.magzdb.org/num/7473>

из-за привлечения к работе ведущих дизайнеров (Степановой) и талантливых фотографов (Родченко, Грüntаля, Игнатовича).

Случайным совпадением выглядит приглашение в 1930 г. в AIZ уже получившего широкую известность «фотомонтера» Хартфильда. И это обеспечило рабочему еженедельнику мощный творческий импульс. Динамичные формальные аранжировки и тщательные сопоставления визуальных образов разворотов журнала были дополнены эффектными обложками Хартфильда.

Выводы

Можно согласиться с мнением, что представители берлинского дада были первыми, кто популяризировал термин «фотомонтаж» в 1920-е годы, поняв политическую и социальную силу его воздействия [38, р. 39]. Но и конструктивисты активно занимались фотомонтажом начиная с 1919 г. Косвенное подтверждение можно получить в публикациях того времени. Так, Любовь Попова ссылается на опыт немецких художников-дадаистов, но при этом представляет как характерные работы Александра Родченко и демонстрирует собственный фотомонтаж [23].

Позднее Клуцис в 1931 г. артикулировал дихотомию фотомонтажа, его деление на рекламно-формалистический, куда угодили дадаисты и экспрессионисты, и на политический, который выдвинут «революционной практикой пролетариата как орудие агитации и пропаганды» [24, с. 119]. При этом он был категоричен в отрицании того, что фотомонтаж был воспринят советскими художниками от немецких

дадаистов, приводя в пример воздействие работ конструктивистов на агитационный фотомонтаж Германии. Исследовав немецкие и советские журналы на предмет использования фотомонтажа, это становится более очевидно.

Однако существовало и обратное воздействие, которое происходило в начале 1930-х годов, когда Хартфильд приезжал в Советский Союз и делился опытом с советскими визави. Он оформлял обложку «СССР на стройке», учил рабочих фотомонтажу, выступал с лекциями, пропагандируя этот метод.

Таким образом, если в начале 1920-х годов Мюнценберг апеллировал к конструктивистскому опыту фотомонтажа, а не к дадаистским работам Хартфильда, то позднее уже советские художники будут внимательно прислушиваться и приглаживаться к немецкому AIZ, сохранившему «фотомонтажный настрой» в силу ряда причин: политических и экономических. В советских иллюстрированных журналах начинается дивергенция фотографии в сторону ракурсной конструктивистской, а не в направлении агитационных монтажных построений, которые могли быть выполнены из прозаичных изображений. И если для эффективной фотографии необходимы то самое мгновение в нужный момент и классный фотхудожник, знающий, как его зафиксировать, то для фотомонтажа достаточно иметь банальные снимки, сделанные дилетантами и структурированные дизайнером. В том-то и есть отличие фотографии от фотомонтажа, фиксации факта от его конструирования.

Литература

1. Асеев, Николай. “1-е Мая”. *ЛЕФ*, no. 2 (1923): 6–7.
2. Беньямин, Вальтер. *Краткая история фотографии*. Пер. Сергея Ромашко. М.: Ад Маргинем Пресс, 2013.
3. Сонтаг, Сьюзен. *О фотографии*. Пер. Виктора Голышева. М.: Ад Маргинем Пресс, 2013.
4. Аверьянова, Ольга. “Инверсия реалистического в фотографических практиках модернизма”. *Международный журнал исследований культуры* 39, no. 2 (2020): 104–16. <https://doi.org/10.24411/2079-1100-2020-00025>
5. Фоменко, Андрей. *Советский фотоавангард и концепция производственно-утилитарного искусства*. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т промышл. технологий и дизайна, 2011.
6. Руйе, Андре. *Фотография. Между документом и современным искусством*. Пер. Марины Михайловой. СПб.: Клаудберри, 2014.
7. Стигнеев, Валерий. “Формирование жанра фоторепортажа в советской фотографии 1920-х гг.”. *Художественная культура* 24, no. 2 (2018): 168–93.
8. Rössler, Patrick. *Illustrated Magazine of the Times: A Lost Bauhaus Book by László Moholy-Nagy and Joost Schmidt — an Attempt at Construction*. Berlin: Gebr. Mann Verlag, 2019.
9. Kriebel, Sabina. *Revolutionary Beauty: The Radical Photomontages of John Heartfield*. Berkeley: University of California Press, 2014.
10. Фоменко, Андрей. *Монтаж, фактография, эпос. Производственное движение и фотография*. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2007.
11. Botar, Oliver. “László Moholy-Nagy's. New Vision and the Aestheticization of Scientific Photography in Weimar Germany”. *Science in Context* 4, no. 17 (2004): 525–56. <https://doi.org/10.1017/S0269889704000250>
12. Глинтерник, Элеонора. *Реклама в России XVIII — первой половины XX века: опыт иллюстрированных очерков*. СПб.: Аврора, 2007.
13. Третьяков, Сергей. *Джон Хартфильд*. М.: Гос. изд-во изобр. иск., 1936.
14. Ades, Don. *Photomontage*. London: Thames and Hudson, 1996.
15. Zervigón, Andres Mario. *John Heartfield and the Agitated Image: Photography, Persuasion, and the Rise of Avant-Garde Photomontage*. Chicago: University of Chicago Press, 2012.

16. Лаптев, Владимир. “Париж — Москва. ‘VU’ в авангарде искусства фотожурналистики”. *Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С. Г. Строганова*, no. 2/2 (2021): 29–42.
17. Лаптев, Владимир. “Москва — Париж. Визуальный нарратив в журнале ‘Regards’”. *Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С. Г. Строганова*, no. 3/2 (2022): 55–69. https://doi.org/10.37485/1997-4663_2022_3_2_55_69
18. Лаптев, Владимир. “Монтаж впечатлений в иллюстрированном журнале ‘Voilà’”. *Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С. Г. Строганова*, no. 4/3 (2022): 170–83. https://doi.org/10.37485/1997-4663_2022_4_3_170_183
19. Рихтер, Ханс. *Дада — искусство и антиискусство. Вклад дадаистов в искусство XX века*. Пер. Татьяны Набатниковой. М.: Гилея, 2018.
20. Hausmann, Raoul. “Fotomontage”. *A bis Z* 2, no. 16 (1931): 61–2.
21. Грос, Жорж. “Рисунки”. *ЛЕФ*, no. 2 (1923): 27–30.
22. Курбановский, Алексей. “Несанкционированное поведение всего”. Коллаж — Дада — ‘теория отстранения’. *Искусствознание*, no. 1 (2021): 66–103.
23. Попова, Любовь. “Фото-монтаж”. *ЛЕФ*, no. 4 (1923): 41–4.
24. Клуцис, Густав. “Фотомонтаж как новый вид агитационного искусства”. В кн. *Изофронт. Классовая борьба на фронте пространственных искусств*, под ред. Павла Новицкого, 119–32. М.; Л.: ОГИЗ-ИЗОГИЗ, 1931.
25. Кулешов, Лев. “Монтаж”. *ЛЕФ*, no. 3 (1922): 11–2.
26. Korf, Kurt. “Die illustrierte Zeitschrift”. In *Weimar Republic Sourcebook*, eds Anton Kaes, Martin Jay and Edward Dimendberg, 646–7. Berkeley [etc.]: University of California Press, 1994.
27. Stolz, Nicole. “Arbeiterfotografie. Klassenkampf in Bildern”. *GA 2. Kunstgeschichtliches Journal für Studentische Forschung und Kritik*, no. 5/1 (2020): 100–13.
28. Ohrn, Karin, and Hanno Hardt. “Who Photographs Us?” *The Workers’ Photography Movement in Weimar Germany*. Boston: Association for Education in Journalism, 1980.
29. Spaulding, Daniel. “John Heartfield’s Communism”. *Historical Materialism* 25, no. 3 (2017): 223–38. <https://doi.org/10.1163/1569206X-12341532>
30. Zervigón, Andres Mario. “L’image prolétarienne entre agitation politique et sobriété réaliste. L’Arbeiter Illustrierte Zeitung et le mouvement photographique ouvrier allemand”. *Transbordeur. Photographie histoire société*, no. 4 (2020): 38–49.
31. Becher, Lilly. “Vorwort”. In Willmann, Heinz. *Geschichte der Arbeiter-Illustrierten Zeitung*, 7–11. Berlin: Dietz Verlag, 1974.
32. Wolf, Eika. *The Worker Photography Movement [1926–1939]: Essays and Documents*. Ed. by Béla Albertini. [S. l.]: T. F. Editores, 2011.
33. Knöferle, Karl. *Die Fotoreportage in Deutschland von 1925 bis 1935: eine empirische Studie zur Geschichte der illustrierten Presse in der Periode der Durchsetzung des Fotojournalismus*. Hitzhofen: Karl Knöferle, 2014.
34. Dussel, Konrad. “‘Fotografische Allgegenwart’? Hitler-Bilder in der Presse des NS-Staats”. *Publizistik*, no. 64 (2019): 447–77. <https://doi.org/10.1007/s11616-019-00532-z>
35. Heller, Steven. *Merz to Emigre and Beyond: Avant-Garde Magazine Design of the Twentieth Century*. London: Phaidon Press, 2003.
36. Bolvig, Axel. “30’ernes fotoreportage”. *Bogvennen* (1980): 87–93.
37. Kriebel, Sabina. “Photomontage in the Year 1932: John Heartfield and the National Socialists”. *Oxford Art Journal* 31, no. 1 (2008): 97–127. <https://doi.org/10.1093/oxartj/kcn007>
38. Buller, Rachel. “Controlled Chaos: A Case Study of Photomontage in Weimar”. In *Reworking the German Past: Adaptations in Film, the Arts, and Popular Culture*, 39–56. Rochester: Camden House, 2010.

Статья поступила в редакцию 27 января 2022 г.;
рекомендована к печати 3 ноября 2023 г.

Контактная информация:

Лаптев Владимир Владимирович — д-р искусствоведения, проф.; laptevsee@yandex.ru

Moscow — Berlin: The Photomontage in Illustrated Magazines of the 1920s

V. V. Laptev

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
18, ul. Bolshaya Morskaya, St. Petersburg, 191186, Russian Federation

For citation: Laptev, Vladimir. “Moscow — Berlin: The Photomontage in Illustrated Magazines of the 1920s”. *Vestnik of Saint Petersburg University. Arts* 14, no. 1 (2024): 186–212.
<https://doi.org/10.21638/spbu15.2024.110> (In Russian)

This paper presents the historical experience of organizing the visual space of an illustrated magazine and its artistic design by means of photography. Attention is focused on the application of photomontage in the demonstrated samples of printed publications of the Soviet Union and Weimar Germany in the 1920s. Special attention is paid to the features of the artistic appearance of the Soviet illustrated magazine “Smena” (Moscow), which began publishing in 1924, and the German workers’ illustrated newspaper “Arbeiter-Illustrierte Zeitung” (Berlin), which published photographic materials since 1925. These publications became a symbol of the use of photomontage in the first post-revolutionary decade in the world illustrated periodicals. In the years of the avant-garde, photomontage became a method of forming an artistic composition through the efforts of the Berlin Dada and Soviet constructivists. And in propaganda works it becomes a method of constructing a fact that convinces and motivates the reader. The replacement of illustration by photography and photomontage was accelerated in illustrated magazines. This happened especially vividly in the 1920s, when new artistic techniques for creating imagery. The result of the study is the revealed specificity of the use of photomontage within the framework of two paradigms: Dadaism and constructivism, and their influence on the artistic appearance of Soviet and German illustrated magazines of the 1920s. The predominance of mainly constructivist ideas is shown both in the magazine “Smena” and in “Arbeiter-Illustrierte Zeitung”, despite the German roots of avant-garde photomontage. The result of the comparative analysis was the thesis about the initial influence of Moscow on Berlin within the framework of the visual strategy of propaganda periodicals. At the end of the decade under review, this vector began to change its orientation, and already Soviet illustrated magazines were looking at the work of German colleagues in terms of photomontage developments. And here the undisputed leadership in visual innovations belonged to “Arbeiter-Illustrierte Zeitung”.

Keywords: illustrated magazine, Berlin Dada, constructivism, agitation art, photomontage, avant-garde photography, pictorial statistics, “Smena”, “Arbeiter-Illustrierte Zeitung”.

References

1. Aseev, Nikolai. “1st May”. *LEF*, no. 2 (1923): 6–7. (In Russian)
2. Benjamin, Walter. *A Short History of Photography*. Rus. ed. Transl. by Sergey Romashko. Moscow: Ad Marginem Press, 2013. (In Russian)
3. Sontag, Susan. *On Photography*. Rus. ed. Transl. by Viktor Golyshev. Moscow: Ad Marginem Press, 2013. (In Russian)
4. Averyanova, Olga. “The inversion of the realistic in the photographic practices of modernism”. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury* 39, no. 2 (2020): 104–16. <https://doi.org/10.24411/2079-1100-2020-00025> (In Russian)
5. Fomenko, Andrey. *The Soviet photo avant-garde and the concept of industrial and utilitarian art*. St Petersburg: Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi universitet tekhnologii i dizaina Publ., 2011. (In Russian)
6. Rouillet, Andre. *Photography. Between the document and contemporary art*. Rus. ed. Transl. by Marina Michailova. St Petersburg: Cloudberry Publ., 2014. (In Russian)
7. Stigneev, Valeriy. “Formation of the Photo Reportage Genre in Soviet Photography of the 1920s”. *Khudozhestvennaia kul'tura* 24, no. 2 (2018): 168–93. (In Russian)

8. Rössler, Patrick. *Illustrated Magazine of the Times: A Lost Bauhaus Book by László Moholy-Nagy and Joost Schmidt — an Attempt at Construction*. Berlin: Gebr. Mann Verlag, 2019.
9. Kriebel, Sabina. *Revolutionary Beauty: The Radical Photomontages of John Heartfield*. Berkeley: University of California Press, 2014.
10. Fomenko, Andrey. *Montage, factography, epic. Production movement and photography*. St Petersburg: St Petersburg University Press, 2007. (In Russian)
11. Botar, Oliver. "László Moholy-Nagys. New Vision and the Aestheticization of Scientific Photography in Weimar Germany". *Science in Context* 4, no. 17 (2004): 525–56. <https://doi.org/10.1017/S0269889704000250>
12. Glinternik, Eleonora. *Advertising in Russia of the 17th — first half of the 20th century: The experience of illustrated essays*. St Petersburg: Avrora Publ., 2007. (In Russian)
13. Treťiakov, Sergei. *John Heartfield*. Moscow: Gosudarstvennoe izdatel'stvo izobrazitel'nogo iskusstva Publ., 1936. (In Russian)
14. Ades, Don. *Photomontage*. London: Thames and Hudson, 1996.
15. Zervigón, Andres Mario. *John Heartfield and the Agitated Image: Photography, Persuasion, and the Rise of Avant-Garde Photomontage*. Chicago: University of Chicago Press, 2012.
16. Laptev, Vladimir. "Paris — Moscow. 'VU' in the avant-garde of the art of photojournalism". *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik MGKhPA im. S. G. Stroganova* no. 2/2 (2021): 29–42. (In Russian)
17. Laptev, Vladimir. "Moscow — Paris. Visual narrative in the magazine 'Regards'". *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik MGKhPA im. S. G. Stroganova*, no. 3/2 (2022): 55–69. https://doi.org/10.37485/1997-4663_2022_3_2_55_69 (In Russian)
18. Laptev, Vladimir. "Montage of impressions in the illustrated magazine 'Voilà'". *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik RGKhPU im. S. G. Stroganova*, no. 4/3 (2022): 170–83. https://doi.org/10.37485/1997-4663_2022_4_3_170_183 (In Russian)
19. Richter, Hans. *Dada — art and anti-art. The contribution of Dadaists to the art of the 20th century*. Rus. ed. Transl. by Tatiana Nabatnikova. Moscow: Gileia Publ., 2018. (In Russian)
20. Hausmann, Raoul. "Fotomontage". *A bis Z* 2, no. 16 (1931): 61–2.
21. Grosz, George. "Drawings". *LEF*, no. 2 (1923): 27–30. (In Russian)
22. Kurbanovskii, Alexey. "'Unauthorized behavior of everything'. Collage — Dada — 'the theory of detachment'". *Iskusstvoznanie*, no. 1. (2021): 66–103. (In Russian)
23. Popova, Lubov. "Photo-montage". *LEF*, no. 4 (1923): 41–4. (In Russian)
24. Klucis, Gustav. "Photomontage as a new kind of propaganda art". In *Izofront. Klassovaia bor'ba na fronte prostranstvennykh iskusstv*, 119–32. Moscow; Leningrad: OGIZ-IZOGIZ Publ., 1931. (In Russian)
25. Kuleshov, Lev. "Montage". *LEF*, no. 3 (1922): 11–2. (In Russian)
26. Korff, Kurt. "Die illustrierte Zeitschrift". In *Weimar Republic Sourcebook*, 646–7. Berkeley [etc.]: University of California Press, 1994.
27. Stolz, Nicole. "Arbeiterfotografie. Klassenkampf in Bildern". *GA 2. Kunstgeschichtliches Journal für Studentische Forschung und Kritik*, no. 5/1 (2020): 100–13.
28. Ohrn, Karin, and Hanno Hardt. "Who Photographs Us?" *The Workers' Photography Movement in Weimar Germany*. Boston: Association for Education in Journalism, 1980.
29. Spaulding, Daniel. "John Heartfield's Communism". *Historical Materialism* 25, no. 3 (2017): 223–38. <https://doi.org/10.1163/1569206X-12341532>
30. Zervigón, Andres Mario. "L'image prolétarienne entre agitation politique et sobriété réaliste. L'Arbeiter Illustrierte Zeitung et le mouvement photographique ouvrier allemand". *Transbordeur. Photographie histoire société*, no. (2020): 38–49.
31. Becher, Lilly. "Vorwort". In Willmann, Heinz. *Geschichte der Arbeiter-Illustrierten Zeitung*, 7–11. Berlin: Dietz Verlag, 1974.
32. Wolf, Eika. *The Worker Photography Movement [1926–1939]: Essays and Documents*. Ed. by Béla Albertini. [S. l.]: T. F. Editores, 2011.
33. Knöferle, Karl. *Die Fotoreportage in Deutschland von 1925 bis 1935: eine empirische Studie zur Geschichte der illustrierten Presse in der Periode der Durchsetzung des Fotojournalismus*. Hitzhofen: Karl Knöferle, 2014.
34. Dussel, Konrad. "'Fotografische Allgegenwart'? Hitler-Bilder in der Presse des NS-Staats". *Publizistik*, no. 64 (2019): 447–77. <https://doi.org/10.1007/s11616-019-00532-z>

35. Heller, Steven. *Merz to Emigre and Beyond: Avant-Garde Magazine Design of the Twentieth Century*. London: Phaidon Press, 2003.
36. Bolvig, Axel. “30'ernes fotoreportage”. *Bogvennen* (1980): 87–93.
37. Kriebel, Sabina. “Photomontage in the Year 1932: John Heartfield and the National Socialists”. *Oxford Art Journal* 31, no. 1 (2008): 97–127. <https://doi.org/10.1093/oxartj/kcn007>
38. Buller, Rachel. “Controlled Chaos: A Case Study of Photomontage in Weimar”. In *Reworking the German Past: Adaptations in Film, the Arts, and Popular Culture*, 39–56. Rochester: Camden House, 2010.

Received: January 27, 2022

Accepted: November 3, 2023

Author's information:

Vladimir V. Laptev — Dr. Habil. in Arts, Professor; laptevsee@yandex.ru