

А.Ю. ПРОНИНА

ФОТОГРАФИКА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ С 1890-Х ПО 1960-И ГОД

Анастасия Юрьевна Пронина,
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Аспирантская школа по искусству и дизайну,
аспирант
Мясницкая ул., д. 20, Москва, 101000, Россия
ORCID 0000-0002-3480-6155; SPIN 7504-8000
chapterxvi@yandex.ru

Реферат. В статье представлена история графического дизайна сквозь оптику одного из своих инструментов – фотографию. Данный подход дает возможность говорить об особенной ветви эволюции фотографии, а именно о фотографии в дизайне. Находясь на территории дизайна в прикладной роли, фотография представляет невероятно красивые образцы идей и визуальной коммуникации. Являясь для дизайнера инструментом наравне со шрифтом, цветом и композицией, в каждом рассматриваемом периоде фотография привносит в дизайн что-то уникальное. Она гибко встраивается в тренды, откликается на визуальные запросы исторического момента, завоевывает любовь зрителя, удобна и практична для профессионалов, легко сопрягается с промышленными технологиями.

Статья структурирована по десятилетиям (с 1890-х по 1960-й г.). Смена творческих поколений, водоворот исторических событий XX в., а также широкие границы дизайн-сообщества, оказавшего влияние на развитие фотографии в дизайне (Европа, США, Россия), делают данную периодизацию приемлемой для того, чтобы обнаружить ее ключевые свойства и описать их. Поиск уникальных проявлений возможностей фотографии на каждом историческом этапе стал целью данной работы.

Статья охватывает период становления аналоговой фотографии. В 1890 г. уже можно говорить о раннем влиянии фотографии на объекты графиче-

ского дизайна, а изобретение цифровой фотографии приходится на 1960-е годы. Определены ключевые характеристики каждого десятилетия и выявлена эволюция инструментов работы с фотографией. Теоретическая и практическая значимость статьи состоит в изучении и анализе приемов прошлого опыта работы дизайнеров с фотографией, что, в свою очередь, может помочь современным графическим дизайнерам. Новизна работы обусловлена отсутствием полномасштабного исследования фотографии как инструмента графического дизайна. Данная статья частично заполняет этот пробел в научном знании.

Ключевые слова: фотографика, фотография, фотография в дизайне, теория дизайна, визуальные исследования, фотоискусство, теория и история искусства, графический дизайн.

Для цитирования: Пронина А.Ю. Фотографика в графическом дизайне с 1890-х по 1960-й год // Обсерватория культуры. 2024. Т. 21, № 6. С. 598–613. DOI: 10.25281/2072-3156-2024-21-6-598-613.

Конец XIX в. – время технологических прорывов и культурных изменений. Мир искусства оказался на пороге великих трансформаций. Среди прочего практически одновременно появляются новый род профессиональной деятельности – дизайн [1, с. 48] и такой способ получения изображений, как фотография [1, с. 57]. Дизайн активно аккумулировал в своем поле технические новшества времени: только зародившиеся инженерные принципы сразу находили реализацию в предметах промышленного дизайна, недавно изобретенные материалы и конструкции раскрывались в дизайне одежды и т. д. Графический дизайн также обрел свои инструменты, в их число входит и фотография. У них много общего: демократич-

ность, доступность, связь с наукой и технологиями, быстрая эволюция и стремительное завоевание своей культурной ниши.

Цель данной статьи — выделить и очертить роль фотографии в истории графического дизайна, показать, как фотография формирует новую визуальность на каждом витке развития дизайна и как она меняется и адаптируется к условиям и запросам общества. Фотография представлена в работах дизайнеров неодинаково: для кого-то она станет лишь альтернативой натуре, для иных — творческим упражнением, для других — пластичным материалом. Способность фотографии выполнять любую из этих функций говорит о гибкости и адаптивности ее как дизайн-инструмента, раскрывает ее потенциал как материала на территории графического дизайна.

Хронологические рамки статьи охватывают период с 1890-х по 1960-й год. Каждый раздел посвящен отдельному десятилетию, что позволяет увидеть этапы трансформации этого вида искусства.

Задачами исследования являются сбор и систематизация материала, определение ключевых характеристик каждого десятилетия, выявление эволюции инструментов работы с фотографией в графическом дизайне.

Теоретическая значимость состоит в изучении и анализе приемов прошлого опыта работы дизайнеров с фотографией и введении в научный оборот новых фактов истории дизайна. С точки зрения практической значимости результаты данной работы могут быть использованы графическими дизайнерами при выборе стилистики фотографии; кураторами и искусствоведами — для работы над выставочными проектами; педагогами и преподавателями — в процессе создания образовательных курсов.

Новизна работы обусловлена отсутствием текстов, в которых рассматривается исторический путь становления фотографии как инструмента графического дизайна. До этого времени статьи на тему фотографии в дизайне преимущественно посвящены теоретическим, методическим и творческим проблемам фотографии как дисциплины образования (А.Н. Лаврентьев [2]). Опубликованы также учебные пособия и статьи о технических приемах создания фотографии (П.Н. Бесчестнов [3], В.Ф. Сидоренко [4]).

Для того чтобы восполнить отсутствие материалов по теме становления фотографии в дизайне, автором представлен научный доклад о первых шагах фотографии в дизайне, на основе которого было опубликовано научно-популярное эссе [5] на сайте Школы дизайна Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Эта публикация является следующим шагом в развитии данного вопроса. По сравнению с эссе

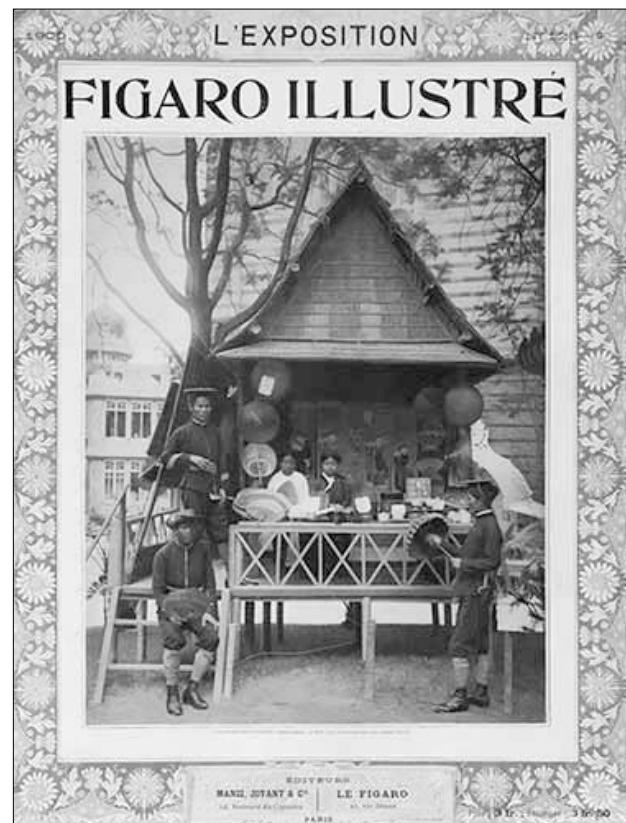


Рис. 1. Обложка журнала Figaro Illustré. 1900. № 125.

Автор не установлен.

Издатель: Ж. Буссо, Манзи, Джойант и компания (J. Boussod, Manzi, Joyant & cie), Париж [8]

в статье существенно расширен фактологический материал: добавлена информация о новых авторах с примерами их работ; по каждому десятилетию подводятся итоги о том, что нового и уникального привнесла фотография в графический дизайн в этот период. Дается общая концептуализация периода становления фотографии с 1890-х по 1960-й год. Также в статье представлена обширная библиография со ссылками на статьи и книги по теме. В целом работа добавляет новую страницу знаний в общую теорию и историю графического дизайна и фотографии.

1890–1900. ФОТОГРАФИЯ И ПЕЧАТНОЕ ДЕЛО

Сегодня мы принимаем как свершившийся факт, что появление фотографии сформировало у современного человека новый способ визуального восприятия [6, с. 156]. Тем не менее интересно проследить, как выглядели первые шаги в этом направлении. Фотография повлияла на пе-



Рис. 2. Разворот с. 2–3 с титульным листом журнала Figaro Illustré. 1900. № 125.

Автор не установлен.

Издатель: Ж. Буссо, Манзи, Джойант и компания
(J. Boussod, Manzi, Joyant & cie), Париж [8]

чатное дело и журнальную иллюстрацию. История журнала начинается с середины XVII века. Это тип периодического издания, для которого характерна декоративность. На заре становления журнала изображения в нем создавались в технике гравюры на металле, что делало издания богато иллюстрированными, но работа была трудоемкой, медленной в реализации и, как правило, воплощалась средствами стилизованной графики. Появление фотографии позволило гораздо быстрее получать более достоверные изображения. Способность фотографии, в отличие от других жанров изобразительного искусства, точно передавать мельчайшие детали объекта, поставила вопрос: способен ли художник создавать достоверные изображения без художественного обобщения?

Документальная реалистичность фотографии сделала ее востребованным визуальным инструментом во многом благодаря тому, что «ее изображения являются собой «точность, истину, саму реальность», фотография смогла заменить рисунок и гравюру в их документальных функциях» [7, с. 54]. Таким образом, уже к 1890 г. станов-

ится заметным влияние фотографии на массовую визуальную культуру, а к концу 1890-х гг. случился настоящий бум журнальной фотоиллюстрации. В популярном тогда журнале Figaro Illustré в номере 125 за 1900 г. [8, с. 1, 3] мы уже встречаем фотографию на обложке (рис. 1) и на титульном листе (рис. 2). Особен-но интересно сравнить, насколько реклама, размещенная слева от обложки, обладает фотореалистичными чертами, прорисованными деталями и подробностями.

Фотография дала графическому дизайну возможность быть оперативным. Значительно ускорился процесс иллюстрирования. Вальтер Беньямин писал: «...процесс репродукции получил такое мощное ускорение, что уже мог поспевать за устной речью...» [9, с. 64].

Важным итогом десятилетия стало то, что фотография задала тренд документальной реалистичности. Уточним, что на этом этапе влияние фотографии распространялось в большей степени на внутреннюю часть журнала, обложка преимущественно оставалась рисованной еще на протяжении

нескольких десятилетий. Но в периодических изданиях этого времени четко прослеживается влияние фотографии на стиль иллюстрации: чем больше было фотографий в журналах, тем более фотореалистичной становилась графика. Так, мы можем видеть, что дизайн поддерживал возможность реализации ключевого свойства фотографии – документальности.

1900–1910. ФОТОРЕАЛИЗМ В ГРАФИКЕ

Достаточно скоро фотография стала использоваться вместо натуры. Художники быстро стали применять ее в качестве образцов для эскизов к видам, портретам, фигурам. Издавались даже целые альбомы фотографий с самыми популярными позами натурщиц для создания эскизов. Часто художники сотрудничали с фотографами, например живописец Эжен Делакруа обращался к своему другу и фотографу Эжену Дюрьё за съемкой моделей.

В связи с этим феноменом интерес представляет процесс создания плакатов Альфонса Мухи. Художник был увлеченным фотографом. Он не только знал технологию и умел фотографировать, но, более того, в его мастерской была оборудована профессиональная фотостудия-ателье. Для исследования становления фотографии его опыт представляет безусловную ценность, так как он одним из первых авторов был художником и фотографом в одном лице.

Стиль А. Мухи почти всегда производит восторженное впечатление на зрителя, в том числе и современного. Его узнаваемая авторская техника сочетает декоративную графику стиля модерн с фотореалистичной прорисовкой лиц и рук. А обилие орнаментов и стилизованных растений соединяется с позами моделей, которые найдены им в процессе фотосъемки.

В музее А. Мухи в Праге хранится большой архив фотографий, сделанных художником в качестве эскизов для графических работ. Например, знаменитый плакат «Изумруд», как и другие работы в серии «Драгоценные камни», имеет оригинальный фотоэтюд, в котором узнаются поза, расположение рук и будущие драпировки одежды (рис. 3, 4).

Изучая фотографии А. Мухи и плакаты, сделанные по ним, вероятно, впервые в истории искусства можно говорить о появлении художника-фотографа, в работах которого фотография играла важную стилемобразующую роль.

Возникновение в начале XX в. творческой практики, когда для создания художественного произведения объединялись усилия фотографа и художника, – это важная точка для исследования истории отношений дизайна и фотографии. Сегодня мы ви-



Рис. 3. А. Муха. Фотография-эскиз для плаката «Изумруд». 1899–1900. Репродукция с оригинального стеклянного негатива. Собрание Музея Альфонса Мухи, Прага, Чехия
Источник: https://www.muchafoundation.org/en/gallery/browse-works/object_type/photography/object/113

дим, что некоторые дизайнеры, подобно А. Мухе, сделали работу с фотографией центральным инструментом, с помощью которого реализовали большую часть творческих решений.

1910–1920. ДАДАИЗМ И СЮРРЕАЛИЗМ

Многое в графический дизайн приходило из экспериментов и практики художников. В начале XX в. появилось два художественных течения, принципы которых стали новыми точками притяжения в искусстве: дадаизм и сюрреализм.

Свои графические листы дадаисты собирали из всего, что находилось под рукой: вырезок из газет, фрагментов фотографий, обрывков бумаги и др. Прекрасный пример техники мы видим в работах французского художника-авангардиста Франсиса Пикабия, например в коллаже «Богатый выскочка» (1920). Дефицит художественных материалов ком-



Рис. 4. А. Муха. Изумруд.

Плакат из серии «Драгоценные камни». 1900. Цветная литография 67,2 × 30. Отпечатано в Париже, F. Chamrenois.

Музей Альфонса Мухи, Прага, Чехия.

Источник: <https://www.muchafoundation.org/en/gallery/themes/theme/art-posters/object/139>

пенсировался новым источником готовых изображений — газетами и журналами, которые оказались довольно удобным подручным материалом. В про-

цессе создания дадаистского произведения фотография проходит цикл: оригинальное изображение — его трансформация — новый объект графического дизайна (плакат, афиша, журнал).

К составному фотообразу фотографы стали обращаться практически сразу. Вспомним работы «Угасание» (1858) Генри Пича Робинсона и «Два образа жизни» (1857) Оскара Густава Рейландера. Только в случае составной фотографии применялась ретушь, призванная скрыть линии стыков и имитировать цельность кадра, а вот в работах дадаистов, напротив, нарочито подчеркивалась идея именно составного произведения искусства. Такой творческий эксперимент полностью или почти полностью лишил фотографию ее базового качества — документальности. Несмотря на то что в фотоосколках коллажа можно узнать конкретные лица, фигуры и предметы, сами по себе они представляли иметь значение и становились инструментом, технической единицей, с помощью которой создавалось произведение. Работа велась с массой и плотностью, текстурой и кадрированием. Именно такой подход дадаистов к использованию фотографии стал новым шагом в раскрытии ее художественных возможностей.

Назовем нескольких авторов этого периода, чье творчество связано с фотографией. В 1910-е гг. создавались первые работы Джона Хартфилда. На коллаже 1919 г., выполненном совместно с Георгом Гросом, «Жизнь и время в универсальном городе» мы видим экспрессивный, полный деталей и подробностей образ динамичного города. Дальнейший поиск своего художественного голоса привел Дж. Хартфилда к политическому дадаизму. Он начал выступать под лозунгом «Используйте фотографию как оружие». Мастер политического плаката с помощью фотомонтажа говорил о жестокости и угрозе фашизма, высмеивал Гитлера и его политику. Работы Дж. Хартфилда четкие, ясные, наполнены сфокусированной силой. Изображения выглядят и буквально, и метафорично.

Рауль Хаусман — один из основоположников дадаизма. Наряду с Ханной Хёх его можно считать создателем дадаистского фотомонтажа [цит. по: 10, с. 160]. В основе стиля монтажных работ Р. Хаусмана — желание сформировать хаос, скандал, организовать интеллектуальную атаку на зрителя. Х. Хёх — художница, которая смогла, используя фотографии из модных журналов, поднять вопросы о значении женщины в обществе [цит. по: 11, с. 234]. Работы обоих авторов имели острый социальный подтекст и поднимали значимые общественные темы.

1910-е годы стали временем, которое принесло в искусство раскрепощенность работы с формой и опыт визуальной игры. Фотография была одним из многочисленных материалов, с которыми работали дадаисты. Но художникам направления дада

удалось раскрыть и освоить новую грань фотографии — ее гибкость в коммуникации с другими материалами, такими как тексты, буквы и текстуры. На этом этапе фотография становится важной составляющей дадаистских журналов. Несмотря на то что журналы дадаистов выходили не периодически, малыми тиражами и публиковались в разных городах и на разных континентах, влияние фотографии на художественный облик издания возрастало от номера к номеру. Постепенно на его страницах появлялось все больше фотографий, фотоколлажей и фотопродукций.

Вторым художественным течением, которое дало возможность раскрыться новым граням фотографии, стал сюрреализм. В американском выпуске журнала «Нью-Йорк дада» (New York Dada) [12] мы видим работу Альфреда Стиглица, созданную с помощью мультиэкспозиции на титульном листе издания (рис. 5). Таинственное действие, происходящее за темной шторкой камеры, непредсказуемое и неконтролируемое, имеет много схожего с бессознательным смешением образов в сновидениях, в которых черпали вдохновение сюрреалисты. Эта мистическая грань фотографии развивалась крупными фотографиями и художниками и нашла реализацию в материале как журнальная иллюстрация.

Подводя итог, можно сказать, что это десятилетие дало графическому дизайну два новых ключа. Во-первых, стала возможной смелая работа с чужим готовым снимком, оказалось доступным брать исходное изображение, изыматъ его из контекста и монтировать в новые условия. Потеря связи с исходным источником, утрата авторства, если оно было указано в газете или журнале, откуда забирали изображение, — все это вектор десятилетия. Фотография легко стала материалом в концепции работы с реди-мейд объектами (англ. ready-made от ready — готовый и made — сделанный), которые достойны быть использованы еще раз такими, какими они были найдены автором. Во-вторых, и дадаизм, и сюрреализм открыли путь экспериментальной фотографии. Оба эти направления делают технические ошибки фотокамеры легитимными художественными приемами и позволяют им стать частью стиля.

1920–1930. КОНЦЕПЦИЯ «НОВОГО ВИДЕНИЯ» И КОНСТРУКТИВИЗМ

Появление фотографии вызвало сложную дискуссию о том, является ли она искусством. Первые теоретические тексты о фотографии выражали негодование в отношении попыток фотографов претендовать на статус ху-



Рис. 5. Обложка журнала «Нью-Йорк дада» (1921) с фотографией А. Стиглица. 37,5 × 25,5 [12]

дожников. Известно эссе Шарля Бодлера «Современная публика и фотография», в котором он пишет, что «фотография стала прибежищем неудавшихся художников, малоодаренных или слишком ленивых недоучек» [13]. Желание доказать, что фотография может быть родом искусства, привело к появлению пикториализма — направления в фотоискусстве, которое ставило одной из своих целей раскрыть те свойства фотографии, которые сближают ее с живописью. Пикториалисты внесли значимый вклад в развитие фотографии, но поскольку они следовали за живописью, то не смогли выявить уникальные, характерные только для фотографии черты.

1920-е годы характеризуются мощным прорывом в области поиска собственного, уникального фотографического языка. К этому времени стало ясно, что фотографам надо искать собственный «голос» в одной исторической точке схождения ряда предпосылок, делающих возможным возникновение нового подхода к фотографии, который основывается исключительно на ее уникальных свойствах и качествах. Ключевые предпосылки были следующими: во-первых, поколение молодых фотографов стремилось к экспериментам, фо-



Рис. 6. А. Родченко. «За образцовое общественное питание. Столевые Москвы». Обложка. 1931. Фотография и монтаж [14]

тография перестала быть новшеством и осваивалась значительно смелее. Во-вторых, глобальные экономические и культурные сдвиги, ставшие последствиями Первой мировой войны, направляли новый художественный поиск. В-третьих, в 1925 г. немецкая фирма Leica выпустила свою первую малоформатную камеру, что повысило мобильность фотографов и сделало возможной съемку ранее недоступных мест.

Следующим крупным шагом в истории фотографии и дизайна стало открытие и формирование способов смотреть на мир по-новому. В этот период возникло два крупных направления, которые имели в своей основе одну идею «нового видения», но реализованную на разной почве, и поэтому они были наполнены различными смыслами. Речь идет о советском конструктивизме и немецкой школе искусств и ремесел Bauhaus.

Советский конструктивизм испытал сильное влияние коммунистической идеологии. 1920-е годы стали временем больших потрясений. Это были годы после Октябрьской революции, Гражданской войны, голода и вместе с тем плана ГОЭЛРО, веры в новые времена, больших перемен и эмоционального подъема. В СССР появились художники, чье

творчество отличалось активным использованием фотографии, работой с коллажем и фотомонтажом. В этом контексте нельзя не упомянуть имена Александра Родченко, Густава Клуциса, Эль Лисицкого и др. Творчество А. Родченко неразрывно связано с фотографией, которая у него существует как самостоятельный жанр, но также очень часто встроена в дизайн-проект. А. Родченко смог найти и показать приемы нового визуального языка, на котором может говорить только фото- или кинокадр. Им была освоена практика работы с ракурсом, новой композиционной динамикой кадра, он искал баланс отношений между черным и белым. А. Родченко — яркий пример дизайнера-фотографа.

Понимание того, что фотографии в дальнейшем будут публиковаться в печатных изданиях, влияло на саму фотосъемку и расположение фотографии в композиции страницы. На обложке одного из выпусков журнала «СССР на стройке», посвященного столовым крупных предприятий [14], была расположена фотография с диагональной композицией. Чтобы она хорошо вписывалась в пространство страницы, автор развернул ее под углом (рис. 6). Фотография становится для А. Родченко и инструментом, и материалом. Он постоянно использовал собственные фотографии в дизайн-проектах. Один из приемов, который часто применял в фотографии и дизайне художник, — предельно крупный план. Например, в плакате к документальному фильму Дзиги Вертова «Киноглаз» (1924) он использовал мотив большого изображения глаза [цит. по: 15, с. 105]. Также он всегда оставлял место техническому эксперименту. Занимался такой техникой фотографии, как фотография [цит. по: 16, с. 176].

Г. Клуцис также вошел в историю искусства как один из основоположников советского фотомонтажа, использовавший этот метод в области политического плаката, книжной, журнальной и газетной полиграфии [17, с. 2]. В 1919 г. он создал свой первый фотомонтаж «Динамический город», и с тех пор эта техника становится его творческим кредо. Как пишет А. Шклярук, «...в это время фотография вступала на путь связи с изобразительным искусством по методу коллажа — соединения разнородных тел. При этом качестве главной ее особенностью стала возможность фиксации и отражения на бумаге реальной действительности, которую, благодаря фотографии, можно внести в живописное и рисованное изображение с целью его смысловой интерпретации и содержательного обогащения» [цит. по: 17, с. 5]. На одной из открыток тиража, посвященного Всесоюзной спартакиаде [18], изображены динамичные образы метателей копья: три человека даны в различных позах, что делает возможным рассмотреть движение спортсменов в разные моменты (рис. 7).

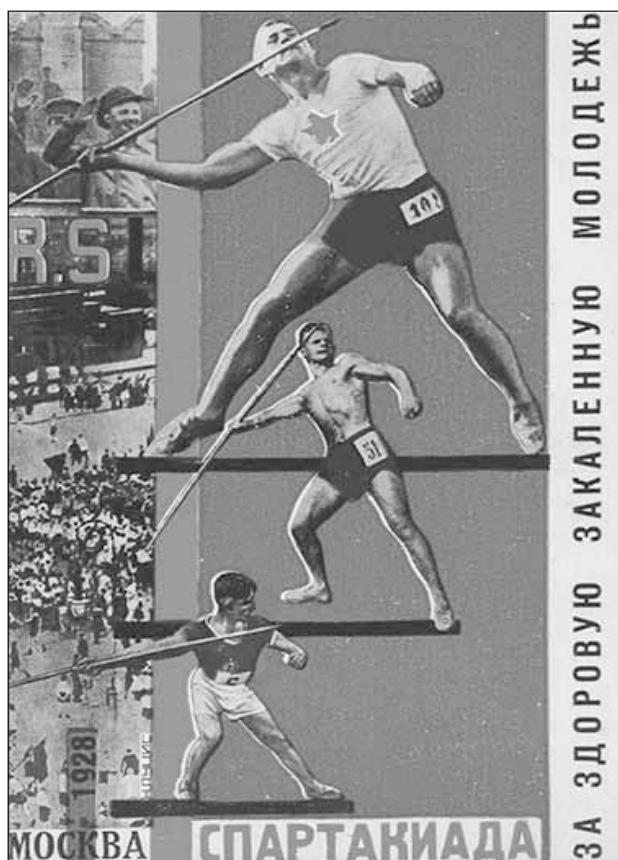


Рис. 7. Г. Клуцис. Почтовая карточка «Всесоюзная спартакиада – удар по буржуазному спортивному движению» из серии «Спартакиада». 14,8 × 10,3 [18]

В это же время в Европе идеи поиска нового взгляда развивались в немецкой школе искусств и ремесел Баухаус [19, с. 129]. Ключевым экспертом в области фотографии в дизайне можно назвать Ласло Мохой-Надя. Его мысли о современных способах «смотреть» нашли отражение в концепции «нового видения». Вот как он говорил об этом: «Принципиально новые открытия не могут долго оставаться ограниченными рамками мышления и опытом предшествующих периодов. Когда это происходит, то всякая продуктивная деятельность затормаживается. Это ясно проявилось в фотографии, которая не дала никаких ценных результатов, за исключением областей, например в науке, где она применялась без каких-либо художественных амбиций» (перевод цитаты с англ. – автора статьи) [20, р. 94]. Критикуя таким образом работу авторов, для которых фотоаппарат заменил кисть, а не стал инструментом нового взгляда, Л. Мохой-Надь следовал по пути эксперимента. Для него было необходимо найти и раскрыть суть взгляда через камеру.

Так, важной становится возможность поймать и запечатлеть движение, использовать технические особенности камеры, развивать способность смотреть другими глазами на окружающий



Рис. 8. Л. Мохой-Надь. Журнал Foto-Qualität. Обложка. 1931. Печатное издание. 29,7 × 21 [27, р. 153]

мир. Л. Мохой-Надь одним из первых ступил на путь художника новых медиа и развивал искусство благодаря только что появившимся технологиям. Своими фотоэкспериментами и статьями Л. Мохой-Надь стремился обосновать и показать, как фотография способна расширить визуальный опыт автора и вслед за ним – зрителя. Он утверждал, что механизация не препятствует, а, напротив, развивает взгляд. Работал с феноменом отражения, использовал технику мультиэкспозиции и нестандартные ракурсы.

Многие работы Л. Мохой-Надя выходили за рамки искусства и становились объектами дизайна, легко находя применение и место в этой молодой форме творчества в качестве авторских версий обложек, иллюстраций или плакатов. Пример такого эксперимента – фотография для обложки книги Джеймса Джеральда Кроутера «Очертания Вселенной» (An Outline of the Universe), для которой Л. Мохой-Надь выстроил композицию из предметов, а на стеклянном шаре нанес типографический текст, ставший частью самой фотографии, а не оформлялся отдельным наборным текстом поверх фотографии, что явилось новым, ранее не используемым приемом в технике графического дизайна.

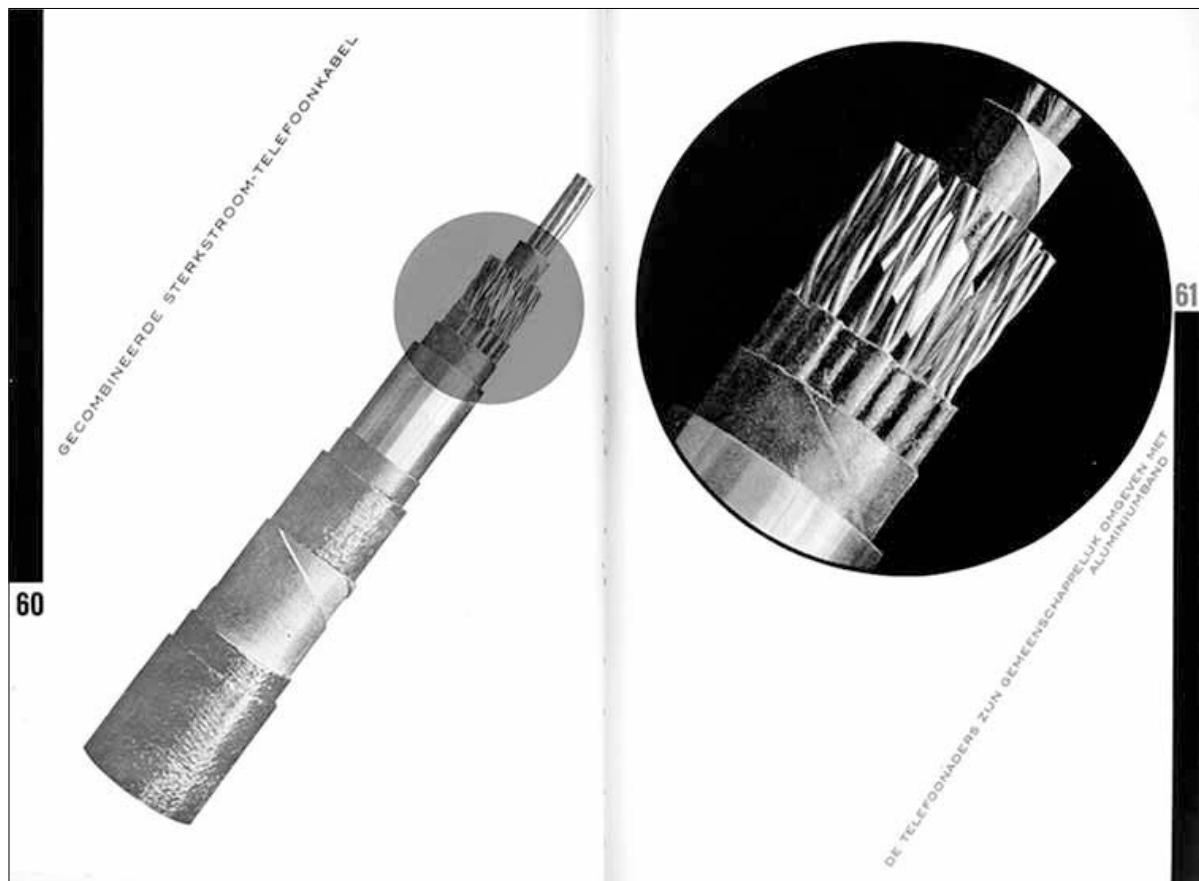


Рис. 9. П. Цварт. Каталог для компании «Дельфтская кабельная фабрика» (NFK Company). 1928 [24, р. 262–264]

Л. Мохой-Надь в тексте «Видение в движении» пишет об авангарде так: «Под давлением новых потребностей появились открытые, решительные люди, с пылкими надеждами на лучшее социальное устройство, ради которого они были готовы бороться и жертвовать. Под воздействием резких изменений художники, писатели, ученые и философы стали революционерами реалистичной Утопии, пробудившись от простого использования их ремесел к основным обязанностям и ответственности по отношению к обществу» [21, с. 44].

Книга «Живопись или фотография» Л. Мохой-Надя становится манифестом «нового видения» [22]. И именно художникам-авангардистам коллаж обязан обретением статуса высокого искусства [23, с. 14]. Сам Л. Мохой-Надь применял фотоколлаж для оформления книг и журналов. В этой технике им выполнен дизайн обложки журнала *Foto-Qualität* (рис. 8).

1920-е годы стали отправной точкой, когда фотография обрела собственный голос и перестала гнаться за живописью и рисунком, начав проявлять и развивать характерные только для нее свойства, обусловленные природой самого инструмента.

1930–1940. ЭКСПЕРИМЕНТ КАК НОВАЯ НОРМА

Авангардное искусство создавалось и рассматривалось как концептуальное и в 1920-е гг. оставалось на территории художественного эксперимента. В это время в мире ведущую роль играл стиль ар-деко, дома оставались наполненными предметами прошлого — взрослое поколение было не готово отказаться от привычных вкусов. Теория Яна Чихольда, эксперименты Л. Мохой-Надя и А. Родченко имели локальный характер и не определяли всю визуальную культуру 1920-х годов. Но идеи этих авторов послужили опорой для следующего поколения дизайнеров, которые уже в 1930-х гг. смогли начать применять идеи «нового видения» к реальным коммерческим проектам.

В 1930-е гг. эксперименты из 1920-х гг. становятся нормальной рабочей дизайн-практикой. Оказывается популярным использование авангардных идей демонстрации одиночного объекта, съемка декоративных фотокомпозиций, фотографирование объектов для рекламы в нестандартных ракурсах

и т. д. То, что еще недавно вызывало удивление и вопросы на выставках студенческих работ, в 1930-е гг. использовалось и встречалось в плакате, буклете, в журнале и книге.

Кроме этого, к 1930-м гг. фотокамеры стали более доступными: производить фотосъемку теперь мог любой человек, обладающий камерой. Стало возможным снимать в сложных условиях (сумерки или ночь, скорость и т. п.), все более доступными становились реактивы для проявки и печати фотографий, что упростило процесс создания фотоизображений для решения дизайн-задач. В 1935 г. компания Kodak впервые выпустила цветную пленку, и фотографии производились не только быстро, но и в цвете.

Частью общеевропейских тенденций были работы голландских дизайнеров, испытавших сильное влияние всех стилей той поры. В том числе они, разумеется, активно работали и с фотографией. Эклектичность графического дизайна этого периода находит выражение в смелых подходах в работе дизайнеров, свободно обращавшихся с материалами.

Пример использования фотографии в дизайне этой эпохи мы можем найти в работах дизайнера Пита Цвартга. Для компании «Дельфтская кабельная фабрика» (NFK Company) он составил коммерческий каталог продукции [24, р. 262–264] (рис. 9). Подход П. Цвартга к этой задаче отличался комплексностью. При создании каталога он работал как верстальщик: собрал и каждую страницу, и каталог в целом. Также он выступил автором изображений: фотографии для данного каталога он делал самостоятельно. Именно такой подход в итоге позволил стать готовому продукту консистентным, с выстроенной внутренней визуальной и композиционной логикой.

Для того чтобы не ограничиваться одним примером, а подтвердить, что это явление носило системный характер, отметим имя Паула Схайтэмы. Этот голландский дизайнер создал большое число работ для коммерческого дизайна и применял фотомонтаж во многих проектах. Одна из самых известных его работ — оформление брошюры «Молочные продукты компании “Нутриция”» (Nutricia Dairy Products) для крупного производителя молочных смесей [цит. по: 25, р. 86] (рис. 10). Фотография подошла для рекламных целей как нельзя лучше: она была наглядной, зрителю видел товар, который ему обещали.

В 1930-е гг. пришло время перемен, когда формировались новые понятия: «коммерческий дизайн», «коммуникационная графика», «коммуникационный дизайн» [26, р. 7], и дизайнеры начали решать профессиональные задачи с помощью дополнительной техники, например фотоаппарата.

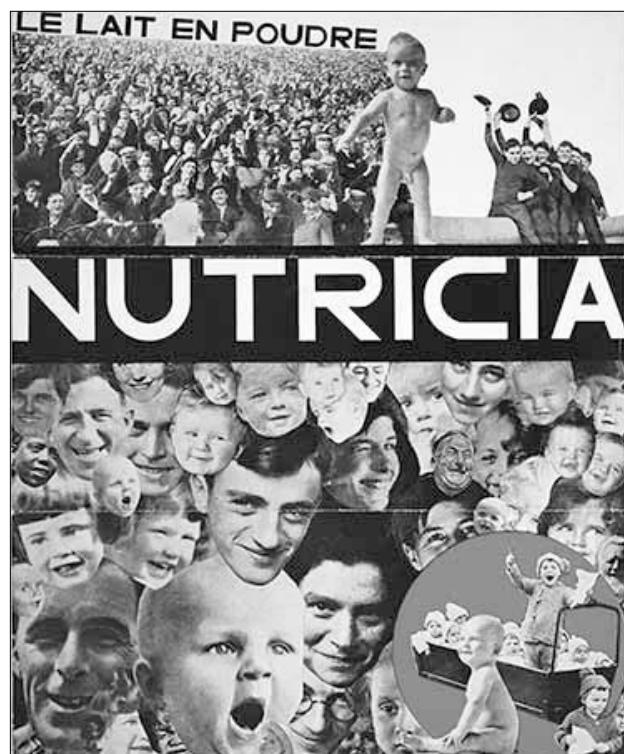


Рис. 10. П. Схайтэма. Рекламный буклете компании Nutricia Dairy Products. Полутоновая литография. 1928. 37 × 30 [25, р. 86]

В 1935 г. вышло эссе В. Беньямина «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизведимости» [цит. по: 9, с. 60–113]. В нем поднимался важный пласт вопросов, и, в частности, автор сформулировал проблему репродуцируемости фотографии. Показательно, что возможность тиражирования и создания качественных копий оригинала стала теоретической проблемой для современного искусства, в то время как для графического дизайна и тиражируемость, и копирование были положительной практикой. Достаточно посмотреть на композиции полос печатных изданий, которые склеены вручную, подмазаны белилами и скорректированы ножницами и лезвием, и понять, что только репродуцирование скрывало эти технические корректировки.

И снова, в то время как другие виды искусства сталкивались с проблемой оригинала и копии, в фотографии она словно была уже решена. Фотография просто предназначена для тиражирования. По природе своей она представляет собой негатив и неограниченное число копий с него, и поэтому у фотографии снова получилось дать технический ответ на сложный вопрос своего времени. Фотография показала еще одну свою сильную сторону, доказав в очередной раз собственную актуальность как инструмента.

В 1932 г. в Швейцарии открылись первые курсы фотомастерства под руководством Тео Баллме-

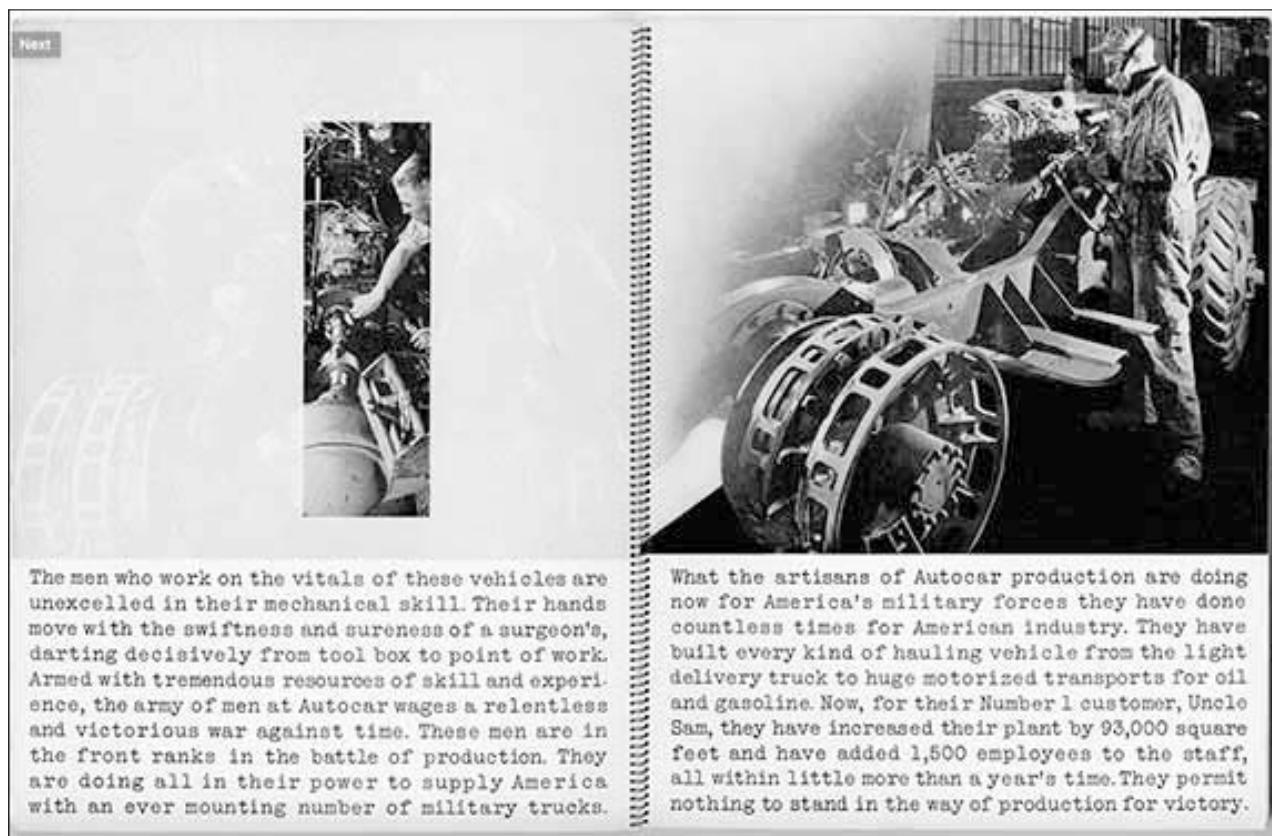


Рис. 11. П. Рэнд. Механические мулы победы. Разворот буклета. 1942. 21 × 27,5 [28, с. 219]

ра в Базеле и Ганса Финслера в Цюрихе. Результатом работы этих педагогов вкупе с влиянием идей Баухауса и Л. Мохой-Надя стал расцвет фотографии в швейцарской школе дизайна.

1940–1950. АМЕРИКАНСКИЙ ДИЗАЙН

Вторая мировая война определила тематику работ первой половины 1940-х годов. В Европе графический дизайн начала 1940-х гг. – это в первую очередь военный агитационный и сатирический антифашистский плакат. Задача художников – поддержка морального духа сил армии. Это касалось графического дизайна всех стран Европы и СССР. Дефицит материалов для съемки, проявлки и печати фотографий переводил плакат преимущественно в область иллюстрации.

Развитие графического дизайна в это время перенеслось на другой континент – в США. Среди прочих туда эмигрировал и Л. Мохой-Надь. В 1939 г. его назначили директором Нового Баухауса. Эта чикагская школа дизайна очень скоро стала местом, где продолжали формироваться идеи «нового видения».

Для США 1940-е годы – это начало активного экономического роста, вступление в эпоху достатка. Активно развивалась мода, а вместе с ней повышалось значение и культурный вес модных журналов и профессии арт-директора. Именно благодаря должности арт-директора журнала стало возможным формировать уникальное и креативное содержание и визуальный облик изданий. С помощью мастерства ведущих арт-директоров получилось собрать в целое рекламный контент фешен-журналов с их оформлением и подачей материала.

В США, восстанавливающихся после Великой депрессии, в художественной жизни начался новый виток развития искусства. Знаменитый журнал мод *Vogue* разработал современный вид визуального языка. Теперь ставка делалась на цветное фотоизображение. Первая обложка с фотографией появилась в журнале в 1932 г., но уже к рубежу десятилетий американские фотографы и дизайнеры нашли новые техники комбинирования шрифтов, иллюстраций и фотографий [27, р. 188].

Когда после окончания Второй мировой войны в 1945 г. экономика всех стран начала оживать, вместе с ней вернулся к жизни и графический дизайн. Особенно быстро он развивался в США. Именно

они задавали тогда глобальные визуальные тенденции. И хотя фотография сначала уступала иллюстрации, так как страдала из-за недостатков технологии репродуцирования, со временем она стала стилемобразующим элементом эпохи.

В 1940-х гг. начался расцвет творчества Алексея Бродовича. Фотограф и дизайнер, он был арт-директором журнала о моде Harper's Bazaar. Как автор фотографий и верстки, он умело сочетал фотографию, графический дизайн и искусство высокой моды.

Еще одно крупное имя — Сипе Пинелес — арт-директор, которая во главу угла ставила соотношение контента и дизайна. Журнал Charm, модное издание для работающих женщин, под ее руководством полностью изменил облик, став очень современным, и завоевал множество крупных наград.

Иллюстрации на большинстве рекламных плакатов 1940-х гг. использовали фотoreалистичные изображения товаров и людей. Только в 1960-х гг. появились цветные фотографии в плакатном размере. Но до этого плакат тяготел к гиперреалистичным изображениям [27, р. 204], например в работах швейцарцев Дональда Бруна и Фрица Бюлера.

Для истории американского графического дизайна важна фигура Пола Рэнда. Его карьера стартовала в конце 1920-х, и к 1940-м гг. он уже играл роль в дизайн-сообществе, выполняя крупные корпоративные заказы. Среди них разработка дизайна брошюры для автомобильной компании «Автокар» (Autocar), поставщика бронемашин для американских вооруженных сил. Издание «Механические мулы победы» (1942) [цит. по: 28, с. 219] (рис. 11) — это образец профессиональной работы верстальщика, дизайнера и типографа в одном лице [цит. по: 29, с. 118].

После Второй мировой войны наблюдались дефицит материалов, нежелание возвращаться к стилю прошлого, потребность в системности и визуальной дисциплине. Восстановление экономики после разрушений создало большую потребность в коммерческих дизайнерах, так как началось активное промышленное производство товаров, которым требовалась реклама и продвижение. Начиная с конца 1940-х гг. дизайн твердо встал на коммерческие рельсы.

Фотография 1940–1950-х гг. — это фотоиллюстрация, показывающая натурально те объекты, о которых идет речь. При этом накопленный художественный опыт дал дизайнерам возможность свободно включать ее в верстку изданий. Так идеи и приемы, которые появились как экспериментальные практики на занятиях в Bauhaus, стали базой коммерческого графического дизайна.

1950–1960. КОРПОРАТИВНЫЙ ДИЗАЙН

Соединенные Штаты Америки вошли в эпоху оптимизма. В стране начался экономический подъем, что привело к развитию потребительской рекламы. Графические дизайнеры заново открыли для себя фотографию и использовали ее самыми разными способами. Появились многочисленные рекламные агентства на Мэдисон-авеню в Нью-Йорке, такие как Wunderman Thompson, McCann Erickson, Young & Rubicam и многие другие.

Европа, сохранившая традиции Bauhaus и подход Я. Чихольда к работе с типографикой, оказалась под влиянием идей «нового видения» Л. Мохой-Надя.

К 1950-м гг. сформировалось уникальное явление в истории графического дизайна — швейцарская школа дизайна. Основами стиля являлись следование строгой верстке и расположение элементов в соответствии с модульной системой. Этот стиль предполагал использование объектной фотографии при отсутствии декора, сложный фотоколлаж в работах дизайнеров становился голосом, средством коммуникации наравне со шрифтом и цветом. Под объектной фотографией следует понимать крупные планы лица, рук или предметы, часто кадрированные и воспроизводимые с сильным увеличением. В большинстве своем они имеют четкие контуры, т. е. носят следы маскирования. Подробно этот вопрос разрабатывает О.А. Ващук [30].

Родоначальник швейцарского фотомонтажа — Герберт Маттер. Самые известные его работы относятся к 1930-м гг., это плакаты и буклет «Швейцария в снегу». Г. Маттер много трудился в США, с 1952 г. преподавал фотографию в Йельском университете. Он оставался практиком и передавал знания студентам не столько в теории, сколько посредством личного примера. Со временем его фотографии становились все более экспериментальными, но Г. Маттер всегда оставался коммерческим дизайнером. Много лет он сотрудничал с производителями мебели Чарльзом и Рэй Имзами, разрабатывая для них каталоги мебели и рекламные плакаты. С 1944 г. началось его партнерство с Гансом и Флоренс Ноллами, тоже производителями мебели. Для них он провел множество съемок, создавая абстрактные фотографии их продукции.

Вспомним названных ранее Г. Финслера и Т. Баллмера. Первый преподавал фотографию, его стиль часто называют «предметной фотографией». Однако незамысловатые на первый взгляд снимки — это результат длительной работы в студии. Г. Финслер придавал огромное значение композиции и свету. Его работы сродни абстрактной живописи и во многом созвучны идеям новой фот-

графии и новой типографики. Целая плеяда швейцарских фотографов, ставших учениками мастера, восприняла его методику и высочайшие требования к уровню исполнения.

Т. Баллмер развивал идею пространства и сеток. Наибольшей известностью пользуются политические плакаты, где он использовал простые формы и собственный рисованный шрифт. Т. Баллмер также преподавал искусство фотографии и оказал влияние на целое поколение дизайнеров 1950-х годов.

Дизайнеры швейцарской школы Йозеф Мюллер-Брокман, Армин Хоффманн и другие наследовали идеи Баухауса. Во многом на них оказали влияние работы и книги Макса Билла, который был выпускником Баухауса и учился у Л. Мохой-Надя. В свою очередь М. Билл развивал идеи нидерландского художника Тео ван Дусбурга об универсальном визуальном языке.

Швейцарская школа дизайна предлагала работать с геометрическими системами, подчинить композицию листа сетке и использовать в качестве изображений фотографии. Таковы основные признаки стиля швейцарской школы.

О модульной системе написано много книг, в том числе сам Й. Мюллер-Брокман являлся автором книги о сетках. В контексте темы фотографии в дизайне особенно хочется отметить, что авторы выступали за фотографию как альтернативу иллюстрациям. Фотография в этот период воспринималась как буквальное, объективное изображение в противовес иллюстрациям, которые слишком субъективны и дают много возможностей для толкований.

В 1950-х гг. дизайн стремительно развивался. В первую очередь, конечно же, эти годы имели важное значение для расширения практик работы со шрифтом. Типографика играла в дизайне основную роль.

Но фотография не отставала. В 1949 г. Отто Штайнерт организовал в Германии общество «Фотоформ». В США в Чикагский институт дизайна по приглашению Л. Мохой-Надя преподавать курс фотографии для дизайнеров пришли Гарри Каллахан (в 1946 г.) и Аарон Сискинд (в 1951 г.). Исследовался эмоциональный потенциал образной, абстрактной фотографии. В 1950-е гг. появилось направление «субъективной фотографии», которая выглядела как знак или символ. Кроме этого, учебные курсы в школах дизайна в Чикаго и на Род-Айленде воспитывали поколение фотографов и дизайнеров, открытых к эксперименту с материалами.

Начиная с 1950-х гг. стало легче пересекать границы между государствами, сократились расстояния, в дизайне наступило время международных задач и решений. Коммуникации приняли мировые масштабы. Это время становления крупных корпораций, которые выходили за пределы государственных границ, что приводило к необходимости формирования

международного языка общения. В дизайне же появился интернациональный графический стиль.

Мировая практика предоставила великолепный шанс для фотографии. В этот период потребовалася универсальный визуальный язык, и фотография стала его голосом, понятным на международном уровне. Фотография позволила создать образы, ясные без слов. 1950-е гг. — время работы крупных рекламных агентств. Фотография нескованно важна для рекламных проектов, и именно в это время создаются классические образы рекламы: «счастливая семья», «успешный мужчина», «довольный ребенок» и др. Кроме этого, появляются стратегии создания рекламного снимка. Такие фотографии делаются с расчетом, что на этапе постпродакшена в композицию кадра будет вписан логотип, слоган, координаты бренда и другие важные элементы.

К началу 1950-х годы экономика набрала обороты, и в графическом дизайне появился запрос на корпоративный дизайн. В рамках фирменного стиля с фотографией работали вкупе со шрифтами и цветом. Ставились специальные задачи для съемки, бренды начали формировать свои фотостили, а в дизайне стали использоваться яркие фотографические образы [26, р. 226].

В 1957 г. было сделано первое цифровое изображение. С этого момента началась новая эпоха в истории фотографии и графического дизайна, время компьютеризации, появления новых приемов, творческих методов. И мы снова увидим, как фотография проявит чудеса гибкости и сможет адаптироваться к новым условиям.

ВЫВОДЫ

Подводя краткий итог роли фотографии в дизайне с 1890-х по 1960-й г., можно определить это время как расцвет аналоговой фотографии. В этот период она прошла путь от неприятия до обретения собственного художественного голоса. Во все десятилетия, при всех сменах визуальных парадигм фотография находила ресурсы, благодаря которым трансформировалась под задачи времени и эпохи. Такие свойства фотографии, как техническая адаптивность, способность свободно работать с диапазоном изображений от документа до абстракции, делали фотографию сильным и функциональным инструментом в руках графического дизайнера. Наступление электронной эпохи, переход на цифровые носители стали для фотографии следующим испытанием на ее историческом пути, но она снова проявила гибкость и мобильность. Уже в 1970-е гг. фотография была признана искусством, и этот новый легитимный ее статус, наравне с появлением компьютера и цифровых изображений, оказал серьезное влияние на графический дизайн второй половины XX века.

Список источников

1. Михайлов С., Михайлова А. История дизайна : краткий курс. Москва : Союз дизайнеров России. 2004. 286 с.
2. Лаврентьев А.Н. Фотографика в системе образования дизайнера-графика // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. 2015. № 3. С. 14–28.
3. Бесчастнов П.Н. Фотографика : учебное пособие : учебно-методический комплекс по направлению 071500 «Художественное проектирование изделий текстильной и легкой промышленности». Москва : Московский государственный текстильный университет им. А.Н. Косыгина, 2010. 61 с.
4. Сидоренко В.Ф. Проектная фотографика (упражнения в пропедевтике) // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. 2014. № 1. С. 176–185.
5. Пронина А. Фотографика. О фотографии в графическом дизайне // Высшая школа экономики : Школа дизайна : медиа. 2023. 22 марта. URL: <https://design.hse.ru/news/2689> (дата обращения: 14.10.2024).
6. Блюхер Ю.Н. «Новое видение» сегодня // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2022. Т. 7, № 1. С. 156–189.
7. Руйе А. Фотография. Между документом и современным искусством. Санкт-Петербург : Клаудберри, 2014. 712 с.
8. Figaro Illustré. Paris : J. Boussod, Manzi, Joyant & cie. 1900. № 125. 170 p. URL: <https://library.si.edu/digital-library/book/figaroillustrey00> (дата обращения: 14.10.2024).
9. Беньямин В. Краткая история фотографии : [сборник эссе]. Москва : Ад Маргинем Пресс, 2013. 144 с.
10. Рихтер Х. Дада — искусство и антиискусство. [Москва] : Гилея, 2014. 356 с.
11. Фостер Х., Краусс Р., Буа И.-А., Бухло Б., Джослит Д. Искусство с 1900 года. Москва : Ад Маргинем Пресс : Музей современного искусства «Гараж», 2019. 896 с.
12. New York Dada. 1921. April // The New York Public Library : Spencer Collection. URL: <https://digitalcollections.nypl.org/items/a7d15380-4d91-0137-67c2-351f31573fa5> (дата обращения: 14.10.2024).
13. Бодлер И. Современная публика и фотография : эссе / пер. Н. Столяровой, Л. Липман // Об искусстве. Москва : Искусство, 1986. С. 181–242. URL: <https://bodlers.ru/1859-Sovremennaja-publika-i-fotografija.html> (дата обращения: 14.10.2024).
14. Родченко А.М. За образцовое общественное питание. Столовые Москвы. Завод «АМО», «Электрозвод», ф-ка «Красный богатырь», ф-ка «Гознак», 1-я ф-ка кухня / фото и монтаж А. Родченко. [Москва] : Изогиз, [1931]. [16] с.
15. Хеллер С., Виен В. Идеи, которые меняли графический дизайн. Москва : Бомбара, 2019. 216 с.
16. Левашов В. Лекции по истории фотографии. Москва : Treemedia, 2019. 532 с.
17. Снопков А., Ларьков С. Густав Клуцис, Валентина Кулагина: плакат, книжная графика, журнальная графика, газетный фотомонтаж. 1922–1937. Москва : Контакт-культура, 2010. 279 с.
18. Почтовая карточка «Всесоюзная Спартакиада — удар по буржуазному спортивному движению» из серии «Спартакиада» / фотомонтаж Г. Клуциса ; фото С.А. Красинского ; изд. Орг. ком. Всесоюзн. спартакиады при ЦИК СССР. Москва : Тип. «Изв. ЦИК СССР и ВЦИК», 1928. 14,8 × 10,3 см. Цветной фотомонтаж.
19. Уитфорд Ф. Баухаус. Москва : Ад Маргинем Пресс : Музей современного искусства «Гараж», 2019. 240 с.
20. Moholy-Nagy L. A New Instrument of Vision (1936) // The Photography Reader / ed. by Liz Wells. London ; New York : Routledge, 2003. P. 92–96.
21. Моголи-Наги Л. Видение в движении : часть вторая. Москва : Издательские решения, 2019. 48 с.
22. Моголи-Наги Л. Живопись или фотография / [пер. с нем. А. Телешева]. Москва : Огонек, 1929. 87 с.
23. Бобринская Е. Коллаж в XX веке // Коллаж в России. XX век : [каталог к выставке]. [Б. м.], 2005. С. 14–27.
24. Fernández H. Fotografía Pública, 1919–1939. Madrid : Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 1999. 274 p.
25. Photomontage Between the Wars (1918–1939) : [catalog]. Madrid : Fundación Juan March, 2012. 184 p. URL: https://monoskop.org/images/9/9f/Photomontage_Between_the_Wars_1918-1939_2012.pdf (дата обращения: 14.10.2024).
26. Roberts C. Graphic design visionaries. London : Laurence King, 2015. 312 p.
27. Müller J., Wiedemann J. The History of graphic design. Köln : Taschen, 2018. 512 p.
28. Хеллер С., Чваст С. Эволюция графических стилей: от викторианской эпохи до нового века. Москва : Студия Артемия Лебедева, 2016. 316 с.
29. Клиффорд Дж. Иконы графического дизайна. Москва : Эксмо. 2022. 239 с.
30. Ващук О.А. Швейцарская школа графического дизайна. Становление и развитие интернационального стиля типографики : монография. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет технологий и дизайна, 2013. 299 с.

Иллюстративный материал предоставлен автором статьи

Photographic Art in Graphic Design from the 1890s to the 1960

Anastasia Yu. Pronina

National Research University “Higher School of Economics”, 20 Myasnitskaya Str., Moscow, 101000, Russia
ORCID 0000-0002-3480-6155; SPIN 7504-8000;
chapterxvi@yandex.ru

Abstract. The article presents the history of graphic design through the optics of one of its tools – photography. This approach makes it possible to talk about a special branch of the evolution of photography, namely photography in design. Being on the territory of design in an applied role, photography presents incredibly beautiful examples of design, ideas and visual communication. As a tool for the designer on par with type, colour and composition, photography brings something unique to design in every period under consideration. It flexibly integrates into trends, responds to the visual demands of the historical moment, wins the love of the viewer, is convenient and practical for professionals, and is easily interfaced with industrial technologies.

The article is structured by decades (from 1890s to 1960s). The change of creative generations, the maelstrom of historical events of the 20th century, as well as the wide boundaries of the design community that influenced the development of photography in design (Europe, USA, Russia) make this periodization acceptable in order to discover and describe the key features. The search for unique manifestations of photography's capabilities at each historical stage became the aim of this paper.

The article covers the period of analogue photography formation. In 1890 we can already speak of the early influence of photography on graphic design objects, and the 1960s comes with the invention of digital photography. The key characteristics of each decade are identified and the evolution of tools for working with photography is revealed.

Theoretical and practical significance of the article consists in studying and analyzing the techniques of designers' past experience of working with photography, which in turn can help modern graphic designers. The novelty of the paper is due to the lack of a full-scale study of photography as a tool of graphic design. This paper partially fills this gap in scientific knowledge.

Key words: photography, photography in design, design theory, visual studies, photographic art, art theory and history, graphic design.

Citation: Pronina A.Yu. Photographic Art in Graphic Design from the 1890s to the 1960, *Observatory of Culture*, 2024, vol. 21, no. 6, pp. 598–613. DOI: 10.25281/2072-3156-2024-21-6-598-613.

of Culture, 2024, vol. 21, no. 6, pp. 598–613. DOI: 10.25281/2072-3156-2024-21-6-598-613.

References

1. Mikhailov S., Mikhailova A. *Istoriya dizaina: kratkii kurs* [History of Design: a brief course]. Moscow, Soyuz Dizainerov Rossii Publ., 2004, 286 p.
2. Lavrentyev A.N. *Photographics in the Educational System of Graphic Designer, Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik RGKHPU im. S.G. Stroganova* [Decorative Art and Environment. Gerald of the RGHPU], 2015, no. 3, pp. 14–28 (in Russ.).
3. Beschastnov P.N. *Fotografika: uchebnoe posobie: uchebno-metodicheskii kompleks po napravleniyu 071500 “Khu-dozhestvennoe proektirovanie izdelii tekstil’noi i legkoi promyshlennosti”* [Photographics: textbook: textbook and methodical complex for the direction 071500 “Artistic Design of Textile and Light Industry Products”]. Moscow, Moskovskii Gosudarstvennyi Tekstil’nyi Universitet im. A.N. Kosygina Publ., 2010, 61 p.
4. Sidorenko V.F. Project Photographics (Propaedeutics Exercises), *Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik RGKHPU im. S.G. Stroganova* [Decorative Art and Environment. Gerald of the RGHPU], 2014, no. 1, pp. 176–185 (in Russ.).
5. Pronina A. *Photographics. About Photography in Graphic Design, Vysshaya shkola ekonomiki: Shkola dizaina: media* [Higher School of Economics: School of Design: Media]. 2023, March 22. Available at: <https://design.hse.ru/news/2689> (accessed 14.10.2024) (in Russ.).
6. Blyuher Yu.N. “New Vision” Today, *Kommunikatsii. Media. Dizain* [Communications. Media. Design], 2022, vol. 7, no. 1, pp. 156–189 (in Russ.).
7. Rouillé A. *Fotografija. Mezhdu dokumentom i sovremennym iskusstvom* [Photography. Between Document and Contemporary Art]. St. Petersburg, Klaudberri Publ., 2014, 712 p.
8. Figaro Illustré. Paris, J. Boussod, Manzi, Joyant & Cie Publ., 1900, no. 125, 170 p. Available at: <https://library.si.edu/digital-library/book/figaroillustrrey00> (accessed 14.10.2024).
9. Benjamin W. *Kratkaya istoriya fotografii: sbornik ehsse* [A Brief History of Photography: collected essays]. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2013, 144 p.
10. Richter H. *Dada-Art and Anti-Art*. Moscow, Gileya. Publ., 2014, 356 p. (in Russ.).
11. Foster H., Krauss R., Bois Y.-A., Buchloh B., Joselit D. *Art Since 1900*. Moscow, Ad Marginem Press: Muzei Sovremennoogo Iskusstva “Garazh” Publ., 2019, 896 p. (in Russ.).
12. New York Dada. 1921. April, *The New York Public Library: Spencer Collection*. Available at: <https://digital-collections.nypl.org/items/a7d15380-4d91-0137-67c2-351f31573fa5> (accessed 14.10.2024).
13. Baudelaire Ch. *The Modern Public and Photography: essay, Ob iskusstve* [On Art]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1986, pp. 181–242. Available at: <https://bodlers.ru/1859-Sovremennaja-publika-i-fotografija.html> (data obrashcheniya 14.10.2024) (in Russ.).

14. Rodchenko A.M. *Za obraztsovoe obshchestvennoe pitanie. Stolovye Moskvy. Zavod "AMO", "Ehlektrozavod", f-ka "Krasnyi bogatyr", f-ka "Goznak", 1-yaf-ka kuchnya* [For Exemplary Public Catering. Canteens in Moscow. The Likachov Plant, Electrozavod, Krasnij Bogatir, Gosznak, Factory-Kitchen No. 1]. Moscow, Izogiz Publ., 1931, 16 p.
15. Heller S., Vienne V. *100 Ideas That Changed Graphic Design*. Moscow, Bombora Publ., 2019, 216 p. (in Russ.).
16. Levashov V. *Lektsii po istorii fotografii* [Lectures on the History of Photography]. Moscow, Treemedia Publ., 2019, 532 p.
17. Snopkov A., Larkov S. *Gustav Klutsis, Valentina Kulagina: plakat, knizhnaya grafika, zhurnal'naya grafika, gazetnyi fotomontazh. 1922–1937* [Gustav Klutsis, Valentina Kulagina: Poster, Book Graphics, Magazine Graphics, Newspaper Photomontage. 1922–1937]. Moscow, Kontakt-Kul'tura Publ., 2010, 279 p.
18. *Pochtovaya kartochka "Vsesoyuznaya Spartakiada – udar po burzhuaznomu sportivnomu dvizheniyu" iz serii "Spartakiada"* [Postcard "All-Union Spartakiada – a Blow to the Bourgeois Sports Movement" from the Series "Spartakiada"]. Moscow, Tip. "Izv. TSIK SSSR i VTSIK" Publ., 1928, 14,8 × 10,3 cm. Color Photomontage.
19. Whitford F. *Bauhaus*. Moscow, Ad Marginem Press: Muzei Sovremennogo Iskusstva "Garazh" Publ., 2019, 240 p. (in Russ.).
20. Moholy-Nagy L. *A New Instrument of Vision (1936), The Photography Reader*. London, New York, Routledge Publ., 2003, pp. 92–96.
21. Moholy-Nagy L. *Vision in Motion: part two*. Moscow, Izdatel'skie Resheniya Publ., 2019, 48 p. (in Russ.).
22. Moholy-Nagy L. *Zhivopis' ili fotografiya* [Painting or Photography]. Moscow, Ogonek Publ., 1929, 87 p.
23. Bobrinskaya E. *Collage in the 20th Century, Kollazh v Rossii. XX vek: katalog k vystavke* [Collage in Russia. The 20th Century: exhibition catalogue]. 2005, pp. 14–27 (in Russ.).
24. Fernández H. *Fotografia Pública, 1919–1939*. Madrid, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía Publ., 1999, 274 p.
25. *Photomontage Between the Wars (1918–1939): catalogue*. Madrid, Fundación Juan March Publ., 2012, 184 p. Available at: https://monoskop.org/images/9/9f/Photomontage_Between_the_Wars_1918-1939_2012.pdf (accessed 14.10.2024).
26. Roberts C. *Graphic Design Visionaries*. London, Laurence King Publ., 2015, 312 p.
27. Muller J., Wiedemann J. *The History of Graphic Design*. Köln, Taschen Publ., 2018, 512 p.
28. Heller S., Chwast S. *Graphic Style: From Victorian to New Century*. Moscow, Studiya Artemiya Lebedeva Publ., 2016, 316 p. (in Russ.).
29. Clifford J. *Graphic Icons: Visionaries Who Shaped Modern Graphic Design*. Moscow, Ehksmo Publ., 2022, 239 p. (in Russ.).
30. Vashchuk O.A. *Shveitsarskaya shkola graficheskogo dizaina. Stanovlenie i razvitiye internatsional'nogo stilya tipografiki: monografiya* [Swiss School of Graphic Design. Formation and Development of the International Style of Typography: monograph]. St. Petersburg, Sankt-Peterburgskii Gosudarstvennyi Universitet Tekhnologii i Dizaina Publ., 2013, 299 p.

НОВИНКА



А.С. Пушкин и книга : к 225-летию со дня рождения Александра Сергеевича Пушкина : [материалы науч.-практ. конф. Вып. 3] / Российская государственная библиотека, Российская академия образования, Государственный музей А.С. Пушкина ; [сост.: Е.А. Иванова, Н.И. Михайлова и др. ; под общ. ред. Н.И. Михайловой, А.Ю. Самарина]. Москва : Пашков дом, 2024. 524 с. : ил.

В сборнике представлены материалы научной конференции «А.С. Пушкин и книга», проходившей в Москве в апреле 2023 г., а также статьи участников конференций 2019, 2021 годов.

Участие в мероприятии приняли известные пушкинисты, специалисты российских и зарубежных научно-исследовательских и образовательных учреждений, музеев, библиотек.

Подробная информация:

Российская государственная библиотека,
Издательство «Пашков дом»
119019, Москва, ул. Воздвиженка, д. 3/5
Тел.: +7 (495) 695-59-53, +7 (499) 557-04-70, доб. 26-46
Pashkov_Dom@rsl.ru, sale.pashkov_dom@rsl.ru
www.rsl.ru/pashkovdom