

Научный журнал «Костюмология» / Journal of Clothing Science <https://kostumologiya.ru>

2022, №2, Том 7 / 2022, No 2, Vol 7 <https://kostumologiya.ru/issue-2-2022.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/19IVKL222.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Гаськова, К. А. Формирование глянцевого журнала как неотъемлемая часть мира моды / К. А. Гаськова, А. Д. Прусакова, Т. В. Сичкар // Костюмология. — 2022. — Т. 7. — № 2. — URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/19IVKL222.pdf>

**For citation:**

Gaskova K.A., Prusakova A.D., Sichkar T.V. The formation of magazines as an essential part of the world of fashion. *Journal of Clothing Science*, 2(7): 19IVKL222. Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/19IVKL222.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

**Гаськова Ксения Андреевна**

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия  
Студент 2 курса, факультета «Дизайна и цивилизационных коммуникаций»  
E-mail: kseniagas@mail.ru

**Прусакова Анна Дмитриевна**

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия  
Студент 2 курса, факультета «Дизайна и цивилизационных коммуникаций»  
E-mail: prusakova.anya@bk.ru

**Сичкарь Татьяна Валентиновна**

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия  
Декан факультета «Дизайна и цивилизационных коммуникаций»  
Кандидат технических наук, доцент  
E-mail: ditaval@mail.ru

## Формирование глянцевого журнала как неотъемлемая часть мира моды

**Аннотация.** Авторы в статье рассматривают вопросы формирования глянцевого журнала. Исследователи моды установили, что, эти издания являются неотъемлемой частью жизни каждой женщины и воздействуют на читателя определенным образом, по сути, формируя его взгляды и поведение. Рассмотрена ретроспектива развития мировых глянцевого журналов на примере *Cosmopolitan*, *Harper's Bazaar*, *Shape*, *Vogue*, *Tatler*, *Elle*. Особое внимание уделено в статье вопросам тематической направленности глянцевого журнала. Установлено, что адресная тематическая направленность, наряду с визуализационной составляющей и является тем, что выбирает для себя каждый читатель. Журналы посредством информационно-визуального ряда выстраивают систему символических ценностей читателя: эстетических, моральных, социальных, гендерных. Поэтому для женской аудитории журналы ориентированы на сегментированные слои с учетом традиционно установившихся ее ролей: в семье, в профессии, духовно-религиозных устоев, социально-экономическое положение в обществе. Авторами представлена схема тематической составляющей рассмотренных глянцевого журналов. Таким образом, можно говорить о концептуально-тематической направленности каждого печатного издания, которая является неотъемлемой частью мира моды и формирует с помощью многочисленных читателей этот мир моды. Глянцевые журналы о моде и стиле жизни претендуют не просто на роль «законодателей моды», но и «законодателей стиля жизни», а значит, влияют на идентификационные процессы отдельной личности.

**Ключевые слова:** глянецвый журнал; мир моды; формирование журналов мод; тематика журналов мод; Cosmopolitan; Harper's Bazaar; Shape; Vogue; Tatler; Elle

### Введение

Нельзя отрицать тот факт, что гляцевые журналы играют определенную визуально-ассоциативную роль в современном информационно-коммуникативном обществе. Глянцевый журнал — это типичный продукт массовой культуры, воздействующий на читателя определенным образом, по сути, формирующий взгляды и поведение. Исследователи моды утверждают, что эти издания являются неотъемлемой частью жизни каждой женщины [1–4].

Своеобразными предтечами модных журналов можно считать книги, появившиеся в конце 16 века, в которых печатались руководства для модниц, разъяснявшие правила создания модного туалета. Чуть позже в 17 веке появились прототипы журналов мод и были делом «долгим и трудным». Они доносят до нас все реалии тех времен, сохраняя на своих страницах особые приметы эпохи, представления об эталонах красоты и постепенно становятся частью истории<sup>1</sup>. Сегодня листая страницу за страницей, обладатель гляцевого журнала знакомится с новинками и последними событиями в fashion-индустрии. Исследователь Якубенко Н.К. утверждает, что глянец является классическим инструментом идентификации себя с социальной успешностью. Это не столько источник информации и гид по шопингу, сколько зеркало, в которое смотрится читатель, чтобы увидеть себя иным, принадлежащим к желанной «гляцевой» референтной группе [5].

### Формирование гляцевых журналов

Рассматривая ретроспективу развития гляцевых журналов необходимо отметить, что они образуют сферу, в которой осуществляется функционирование и отражение гендерных норм, стандартов поведения женской и мужской групп (табл. 1). Первооткрывателями мира «глянца», создав когда-то первые печатные издания, ставшие прообразом женских журналов, стали мужские журналы.

В 1672 году Жан Донно де Виз выпускает свой первый экспериментальный журнал «Галантный Меркурий», посвященный моде и стилю. Изначально издание было предназначено для мужской аудитории, но статья посвященная свадьбе короля Карла II, где автор подробно описывал и комментировал наряды самих новобрачных и приглашенных гостей, вызвала неподдельный интерес и у женщин. В этом журнале, публиковались новинки литературы, велась литературная полемика, рассказывалось о светских событиях, а также печатались модные обзоры, к которым прилагались картинки с описанием моделей и указанием, когда и что следует носить, а иногда критиковались те или иные нововведения. «Галантный Меркурий» можно назвать предшественником «глянца». Изначально журнал выходил крайне нерегулярно, но с 1675 года выпуски стали ежемесячными. А в 1679 году в свет выходит схожий журнал только уже для молодых дам — «Дамский Меркурий» («Ladies Mercury»)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> История модного глянца. От 16 века до наших дней [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://e-shevardina.livejournal.com/8776.html>.

Таблица 1

Ретроспектива развития мировых глянцевых журналов

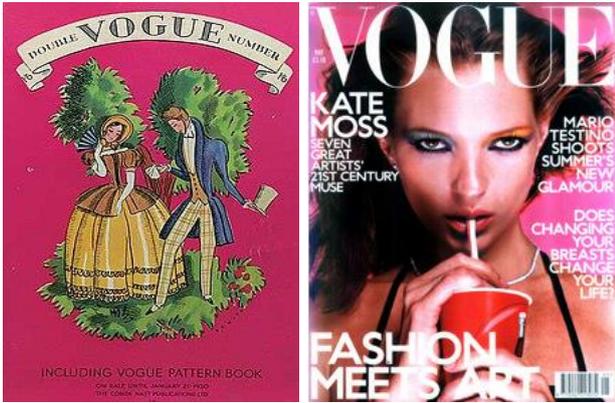
№ п/п	Название журнала, год создания	Обложка
1	Галантный Меркурий («Mercure galant»), 1672 <sup>2</sup>	
2	Дамский Меркурий («Ladies Mercury»), 1679 <sup>3</sup>	
3	Harper's Bazaar, 1867 <sup>4,5</sup>	

<sup>2</sup> Как и когда появился первый журнал о моде? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://burdastyle.ru/stati/kak-i-kogda-poyavilsya-pervyj-zhurnal-o-mode-/>.

<sup>3</sup> История первого женского журнала и его издателя [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.gastronom.ru/text/istoriya-pervogo-zhenskogo-zhurnala-i-ego-izdatelja-1014986>.

<sup>4</sup> Обложка за 3 октября 1868. Reprinted in American Heritage, June [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://File:Harpersbazar.jpg> 1962года.

<sup>5</sup> Прекрасная Сидни Суини на обложке американского Cosmopolitan [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/peopletalk.ru/prekrasnaia-sidni-suini-na-oblojke-amerikanskogo-cosmopolitan-620254be0600d115fca69dbb>.

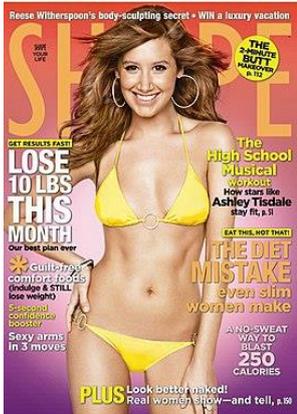
№ п/п	Название журнала, год создания	Обложка
4	Cosmopolitan, 1886 <sup>6,7</sup>	
5	Vogue, 1892 <sup>8</sup>	
6	Tatler, 1901 <sup>9</sup>	

<sup>6</sup> Журнал мира, или история Cosmopolitan [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.relook.ru/article/85514/>

<sup>7</sup> В сентябре все 26 версий Harper's Bazaar выйдут с Рианной на обложке [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.intermoda.ru/cit/v-sentyabre-vse-26-versiy-harpers-bazaar-vyydut-s-riannoy-na-oblozhke.html>

<sup>8</sup> Vogue [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://yandex.ru/images/search?rpt=imageview&url=http%3A%2F%2F>

<sup>9</sup> Tatler, сентябрь 2021 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://aestmed.ru/press/smi/tatler-sentyabr-2021/>.

№ п/п	Название журнала, год создания	Обложка
7	Elle, 1945 <sup>10</sup>	
8	Shape, 1981 <sup>11</sup>	

Спустя два столетия в ноябре 1867 года наибольший восторг у читателей вызвало появление нового журнала Harper's Bazaar. Каждая женщина старалась заполучить заветный выпуск, благодаря которому она узнавала модные тенденции в костюме, причёске, аксессуарах. Журнал выходил еженедельно в виде газеты, а с 1901 года получил статус глянцевого альбома с ежемесячной периодичностью<sup>12</sup>.

Спустя несколько лет, в 1886 году в Нью-Йорке выходит первый экземпляр журнала как Cosmopolitan. Но то, что мы видим сегодня под данным названием, очень сильно отличается от того, как это выглядело изначально. Первый номер был выпущен, скорее всего, как семейный журнал, где в основном печатались литературные очерки, поэтому он не вызвал большого интереса. Читатель тех лет нуждался в новостях о мире моды. И к 1960-ому году журнал сменил свое веяние в сторону модных тенденций в костюме, что позволило ему стать одному из самых популярных глянцевых журналов и закрепиться на рынке и по сей день<sup>13</sup>.

В 1892 году выходит общественный еженедельник Vogue, созданный для состоятельных ньюйоркцев. Он позиционировался как журнал, рассказывающий о жизни общества, моде и стиле жизни, был хорошо иллюстрирован. Именно для него провели первые постановочные съемки, которые позже печатали в большом количестве. На фоне других изданий Vogue

<sup>10</sup> Российский Elle оказался в центре международного скандала из-за обложки с Девой Кассель и подписью «Поколение Z» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://super.ru/a/elleusa\\_russia](https://super.ru/a/elleusa_russia).

<sup>11</sup> Shape [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://shape.ru/>.

<sup>12</sup> Harper's Bazaar — история создания журнала [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://brandshop-ru.livejournal.com/317169.html>.

<sup>13</sup> Официальный сайт Cosmopolitan [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://delpress.ru>.

выделялся своим фирменным стилем и сдержанностью. Он знакомил людей с миром высокой моды, и доказывал всем, что она доступна для каждого<sup>14</sup>.

Начало XX века открывает читателям британский гляцевый журнал о моде и светской жизни — Tatler, в котором печатались новости и фотографии с балов высшего общества, благотворительных мероприятий.<sup>15</sup>

Середина XX века открывает миру французский гляцевый журнал Elle о моде, красоте, досуге и здоровье. Содержание журналов разных стран мира варьируется в зависимости от уровня и стиля жизни, доходов, занятости, покупательских привычек среднестатистической читательницы конкретной страны. Так, в американской версии отдаётся предпочтение моде, уходу за собой и здоровью. В японском варианте больше информации о путешествиях, культурных мероприятиях и времяпрепровождении. В то время как американский Elle делает упор на визуализацию журнала, рассказывая о моде посредством фотографии, то в японском варианте информационно-технологическая составляющая становится ключевым аспектом, описывая линии и силуэты костюма, давая информацию о технике кроя, материалах, деталях и особенностях дизайна [6].

Конец XX века открыл читательницам гляцевые журналы, которые посвящены укреплению своего физического и психологически-эмоционального состояния. Например, журнал Shape содержит много информации о фитнесе, диетах, правильном питании, психологии, моде и местах отдыха<sup>16</sup>.

### Тематическая направленность гляцевых журналов

Огромное количество журналов продолжают радовать нас своими публикациями, а число их читателей постоянно увеличивается. Тематический спектр современных журналов очень широк. Журналы ориентируются в основном на профессиональные группы читателей, стиль жизни, увлечения, семейное положение и освещают вопросы, представляющие интерес для каждой социальной группы [7].

Адресная тематическая направленность, наряду с визуализационной составляющей и является тем, что выбирает для себя каждый читатель. Гляцевые журналы посредством информационно-визуального ряда подсказывают, чего от читателя ждут окружающие в похожей ситуации, выстраивают систему символических ценностей: эстетических, моральных, социальных, гендерных (рис. 1).

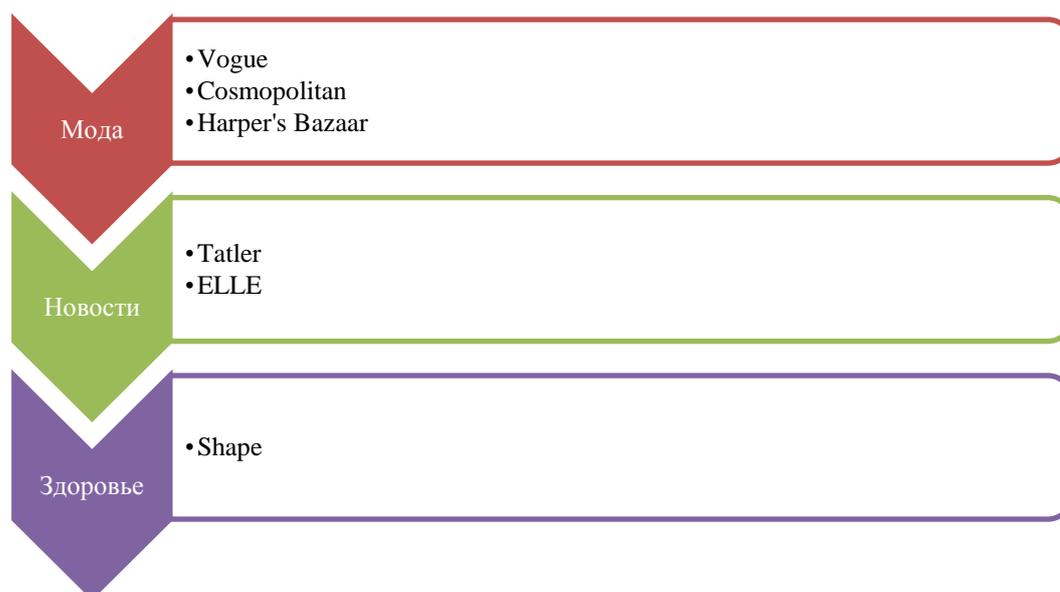
Журналы для женской аудитории ориентированы на сегментированные слои с учетом традиционно установившихся ее ролей [8]:

- в семье;
- в профессии;
- духовно-религиозных устоев;
- социально-экономическое положение в обществе.

<sup>14</sup> История журнала Vogue [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://buy-books.ru/blog/vogue.html>.

<sup>15</sup> Официальный сайт Tatler [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.tatler.ru/heroes/samye-svetskie-blagotvoritelnye-meropriyatiya>.

<sup>16</sup> Официальный сайт Shape [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.shape.com/>.



**Рисунок 1.** Тематическая составляющая гляцевых журналов (разработано авторами)

Журналы позволяют изучать, описывать, анализировать, объяснять, интерпретировать процессы окружающего мира, предназначены для постижения собственных свершений при помощи [9]:

- единичных ощущений;
- интегральных восприятий;
- строительства картин миропонимания;
- формирования мировоззренческих образов.

Предпочитаете совершенствовать свой вкус и стремитесь одеваться стильно и актуально? Хочется погрузиться в мир моды, быть в курсе последних тенденций и актуальных новинок? Журналы Vogue, Cosmopolitan, Harper's Bazaar — помогут читателям разобраться с вопросами самосовершенствования [10].

Хотите быть информированными о последних скандалах и новостях знаменитостей? Тогда журналы Tatler и ELLE ждут свою читательскую аудиторию.

Стараетесь следить за здоровьем? Издание Shape расскажет о правильном питании, физических упражнениях и многих аспектах по ведению здорового образа жизни.

### Выводы

Таким образом, можно говорить о концептуально-тематической направленности каждого печатного издания, которая является неотъемлемой частью мира моды и формирует с помощью многочисленных читателей этот мир моды. Содержание гляцевых журналов и перспективы их развития целиком и полностью зависят от целевой аудитории и ее тематических интересов. Стараясь чаще удовлетворять потребности читателя и отвечать на его вопросы, издатели тем самым пополняют свои выпуски только актуальной информацией, что в свою очередь помогает любителям глянца просвещаться, совершенствовать свой вкус в мире моды и обогащать свой духовный мир.

Исследователь Надыршина А.А. утверждает, что гляцевые журналы о моде и стиле жизни претендуют не просто на роль «законодателей моды», но и «законодателей стиля жизни», а значит, влияют на идентификационные процессы отдельной личности [11].

В век информационных технологий современный читатель все большее предпочтение стал отдавать электронному формату гляцевого журнала. Намного легче купить электронную подписку на любимый журнал, и открыть любой выпуск в любое время через свои гаджеты. Однако истинные ценители новостей о модных тенденциях и актуальных новинках предпочитают «пошуршать» гляцевыми страницами модного журнала.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Мустафин И.Х., Заболотская Е.А. Структура современных интернет-порталов о моде // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. 2016. № 3(5). С. 64–67.
2. Сиверина Н.А. Отечественная и мировая мода на страницах советских журналов мод 1980-х — начала 1990-х годов // Труды Санкт-петербургского государственного университета культуры и искусств (см. В книгах). 2010. Т. 189. С. 104–111.
3. Иванова С.В., Исакова О.С. Динамика развития жанров гляцевого журнала (на материале анализа журнала harper's bazaar) // Вестник башкирского университета. 2016. Т. 21. № 2. С. 397–401.
4. Буряковская В.А. Гляцевый журнал как феномен массовой культуры: речевое и прагматическое представление // Политическая лингвистика. 2012. С. 1–4.
5. Якубенко Н.К. Динамика журнальной периодики России // СМИ в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции. СПб., 2004. С. 381–382.
6. Values and Valuables. From the Sacred to the Symbolic. / Edited by Cynthia Werner and Duran Bell. — Walnut Creek, CA: AltaMira Press, 2003. — 352 с.
7. Буряковская В.А. Гляцевый журнал как феномен массовой культуры: речевое и прагматическое представление // Политическая лингвистика. 2020 <https://cyberleninka.ru/article/n/glyantsevyiy-zhurnal-kak-fenomen-massovoy-kultury-rechevoe-i-pragmaticheskoe-predstavlenie>.
8. Смеюха В.В. Типологическая характеристика современных российских журналов для женщин // Аналитика культурологии. 2012. № 3(24). С. 166–173.
9. Кирсанов К.А. Законы костюмологии и проблемы стратификационных маркеров // Костюмология. — 2018 № 3. — URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/02IVKL318.pdf>.
10. Смеюха В.В. Особенности развития гляцевых женских журналов // Вестник воронежского государственного университета. Серия: филология. Журналистика. 2010. № 1. С. 209–214.
11. Надыршина А.А. Элитарный гляцевый журнал о моде и стиле жизни как инструмент конструирования социально-статусной идентичности человека // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4(26). С. 176–179.

**Gaskova Kseniya Andreevna**

Institute of World Civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: kseniagas@mail.ru

**Prusakova Anna Dmitrievna**

Institute of World Civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: prusakova.anya@bk.ru

**Sichkar Tatiana Valentinovna**

Institute of World Civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: ditava1@mail.ru

## The formation of magazines as an essential part of the world of fashion

**Abstract.** The authors in the article consider the formation of glossy magazines. Fashion researchers have found that these publications are an integral part of every woman's life and affect the reader in a certain way, in fact, shaping his views and behavior. A retrospective of the development of world glossy magazines is considered on the example of Cosmopolitan, Harper's Bazaar, Shape, Vogue, Tatler, Elle. Particular attention is paid in the article to the thematic focus of glossy magazines. It has been established that the targeted thematic focus, along with the visual component, is what each reader chooses for himself. Magazines, through the information and visual range, build a system of reader's symbolic values: aesthetic, moral, social, gender. Therefore, for a female audience, magazines are focused on segmented layers, taking into account its traditionally established roles: in the family, in the profession, spiritual and religious foundations, and socio-economic status in society. The authors present a diagram of the thematic component of the reviewed glossy magazines. Thus, we can talk about the conceptual and thematic orientation of each printed publication, which is an integral part of the fashion world and forms this fashion world with the help of numerous readers. Glossy fashion and lifestyle magazines claim not only the role of “trendsetters”, but also “lifestyle legislators”, which means that they influence the identification processes of an individual.

**Keywords:** glossy magazine; fashion world; fashion magazine formation; fashion magazine topics; Cosmopolitan; Harper's Bazaar; Shape; Vogue; Tatler; Elle