



*Н. А. Суровенко*

## МОДНЫЕ ЖУРНАЛЫ ПЕТЕРБУРГА 1898 – 1903 ГОДОВ

Наверное, закономерно, что на грани веков пристрастия и вкусы меняются особенно быстро – человеку хочется не отстать от времени, быть современным. С приходом нового столетия люди ожидают перемен, обновления. И это прежде всего проявляется в области капризной моды, которая меняет стили, интерьеры, костюмы, прически. В этом, пожалуй, сходство любой смены эпох, в этом похожи конец XIX и конец XX веков. И, как и сегодня, сто лет назад узнать о последних модных новостях можно было, заглянув в столичные журналы мод.

Петербург как столица более быстро и остро реагировал на изменения в моде. Столичные журналы пользовались популярностью не только у петербуржцев: модели, которые в них публиковались, служили эталоном и для провинциальных читателей. Разнообразие пристрастий подписчиков сказалось и в многообразии самих модных изданий. В период с 1779 по 1917 год в российской столице их насчитывалось до 90 названий. Время показало, насколько живуча идея модных журналов и насколько, увы, недолговечны они сами. Русские журналы мод, просуществовав несколько лет, прекращали издаваться из-за недостаточного количества подписчиков, что не позволяло покрыть материальные затраты. В этом отношении они разделяли судьбу многих других периодических изданий, и поэтому к ним вполне применимы строки из «Евгения Онегина», которые Белинский поставил эпиграфом к своей статье «Русские журналы»:

Увы! на жизненных браздах  
Мгновенной жатвой поколенья,  
По тайной воле провиденья,  
Восходят, зреют и падут;  
Другие им во след идут...  
Придет, придет и наше время  
И наши внуки в добрый час  
Из мира вытеснят и нас!

Особенно большое количество модных журналов выходило в Санкт-Петербурге на рубеже XIX – XX веков. Широкая палитра этих изданий во многом была обусловлена развитием издательского дела, особенно активным в последней трети XIX столетия. Реформы эпохи Александра II способствовали возникновению среднего класса, который составил совершенно новый контингент подписчиков (и самих издателей) и значительно расширил читательскую аудиторию. Повлияло на рост изданий и введение «Временных правил о цензуре» 1867 – 1869 года, отменивших предварительную цензуру для большинства периодических изданий. Всего в 1898 – 1903 годах в Санкт-Петербурге издавалось 12 модных журналов, а также несколько модных приложений к семейным журналам. К ним мы и обратимся.

Традиционно моды в Россию приходили из Парижа, Лондона, Вены; новейшие модные фасоны российские модницы могли увидеть на страницах иностранных модных журналов, выходивших в Санкт-Петербурге в переводе на русский

язык. В конце XIX века подобного рода изданиями были: «Венский шик» (модный венский журнал «Wiener Chic» издавался в Санкт-Петербурге в 1899 – 1908 гг. с текстом на русском, французском и немецком языках), «Парижская мода» (1893 – 1898, как указано в аннотации – «дает полный перевод французского модного журнала “La Mode de Paris”, изд. Гоппе»), «Вестник моды» (1885 – 1916). Но помимо переводных модных журналов выходили и совершенно оригинальные издания. Примером может служить выпускаемый знаменитым книгоиздательством Г. Д. Гоппе журнал «Модный свет и модный магазин».

На протяжении XVIII – первой половины XIX веков в России читательскую аудиторию модных журналов в основном составляло столичное дворянство. Их издатели, как правило, не являлись профессионалами и зачастую принадлежали к известным дворянским фамилиям. Но, начиная с 60-х годов XIX века, с постепенным изменением политической и экономической ситуации в стране, издательское дело стало обретать профессиональную основу, а во главе редакций и типографий встали представители среднего сословия. Одним из крупных издательств, образовавшихся в этот период, и был издательский дом Гоппе.

Герман Дмитриевич Гоппе был родом из Германии. Он родился 24 мая 1835 года в Вестфалии, в городе Гамм (Hamm). Изучал книгопродавческое дело в Англии, Германии, Бельгии. В России Г. Д. Гоппе несколько лет служил заведующим иностранным отделением книжного магазина М. О. Вольфа. Основав в 1867 году новое книгоиздательство, он издал «Всеобщую адресную книгу»<sup>1</sup>, а затем «Всеобщий календарь», превратившийся в популярный ежегодник.

Уже в следующем 1868 году издательство начинает с большим успехом выпускать иллюстрированный журнал для дам «Модный свет» с двумя отделами – модным и литературным<sup>2</sup>. Его выписывали многие русские портнихи, модистки и, кроме того, дамы, интересующиеся модами. Число подписчиков журнала значительно упало, когда литературные журналы стали выпускать бесплатные модные приложения. Стремясь расширить читательскую аудиторию, в 1883 году Гоппе соединяет «Модный свет» с журналом «Модный магазин», и с этого времени выходит объединенное издание «Модный свет и модный магазин». С 1906 по 1914 год журнал, присоединив к себе еще два модных издания, стал выходить под названием «Модный курьер. Модный свет. Новый русский базар и Модный магазин». К этому времени на смену Герману Дмитриевичу, умершему в 1885 году, пришли его брат Эдвард Дмитриевич, вдова Адель Павловна и сыновья издателя. В дальнейшем, вплоть до 1917 года, журналы выходили то отдельными изданиями, то вновь в объединенном варианте.

Редакция модных журналов издательского дома Гоппе в конце XIX века помещалась на Садовой ул., 22 (дом Первого Санкт-Петербургского товарищества официантов). В том же доме помещался книжный и музыкальный магазин П. К. Селиверстова, в котором и осуществлялась продажа журналов.

Издание модных журналов было сопряжено с финансовым риском. Именно поэтому издатели конца XIX века, стремясь увеличить число подписчиков, прибегали к различным хитростям: объединяли несколько модных журналов в единое издание (таким образом не только расширялся круг подписчиков, но и сокращалась

<sup>1</sup> Всеобщая адресная книга С.-Петербурга, с Васильевским островом, Петербургскою и Выборгскою сторонами и Охтою : В 5-ти отд. СПб.: Гоппе и Корнфельд, 1867 – 1868.

<sup>2</sup> По сути, это было переименование журнала для дам «Моды и новости», издаваемого с 1866 по 1868 год (по 36 номеров в год), и с № 26 за 1867 год перешедшего к издателям Герм. Гоппе и Корнфельду.

зона влияния конкурентов), выпускали несколько вариантов одного журнала, имевших разный объем и соответственно разную стоимость. Помимо журналов мод, издательский дом Гоппе издавал семейный журнал «Огонек», роскошные иллюстрированные альбомы, большое количество различных книг<sup>3</sup>. Кроме того, и модные издания старались разнообразить тематику материалов.

«Модный свет и модный магазин» был одним из известных непосредственно модных журналов, предназначенных для самых широких слоев населения. Почти каждый номер начинался с общего обзора последних модных тенденций сезона. Основную часть журнала составляли иллюстрации модных костюмов с описанием цвета и сорта тканей предлагаемых моделей. Кроме этого, были и другие рубрики: почтовый ящик (здесь давались ответы на вопросы читателей), советы по ведению хозяйства и кулинарные рецепты. Также печатались в журнале небольшие заметки, например, о модных прическах, об интерьерах домов – и не только обычных жилых помещений, но и «кукольных домиков для девочек»: «Изображенные на этом рисунке две комнаты обставлены решительно всем тем, чего только может пожелать девочка для своих любимых кукол. <...> Спальня оклеена обоями желтовато-белого цвета, а музыкальный салон в японском вкусе оклеен красными обоями с золотым узором. Дверь, ведущая из одной комнаты в другую, украшена гладкой портьерой из желтых, голубых и белых бисерных цепей, а в спальне сделана портьера из белого тюля, обшитого кружевами, из того же тюля сделаны занавески, подобранный лентами полог над кроватью, ватное одеяло, богато обшитое кружевными рюшками, покрывало нарядного туалетного столика и круглого пуфа, сделанного из картона, вышиной 6 см, круглого формата, в результате чего комната принимает чрезвычайно нарядный вид. Очень красиво также туалетное зеркало, отделанное кружевной рюшкой, так же как и подушка на стуле, полотенце, вышитое в крестик и красивый коврик, висящий над умывальником»<sup>4</sup>. Вот таким серьезным подходом даже к кукольному домику отличался женский модный журнал.

В разделе «Разное» среди рекомендаций по изготовлению привычных предметов женского рукоделия (подушечек для иголок, воротничков, платочков и т. д.) давались и курьезные советы: «как сделать весы для писем, корзиночку для обгорелых спичек с вышивкой» и т. п. Печатались в журнале и классические женские романы с продолжением, мало изменившиеся за прошедший век. Они давали возможность читательницам отдохнуть от домашних хлопот и забот о собственной внешности.

Последняя страница «Модного света и модного магазина» неизменно отводилась под рекламные объявления, но объем рекламной информации, по сравнению с современными журналами, был значительно меньший. Связана она была в основном с модной индустрией. Как и в наши дни, много и часто рекламировались товары, необходимые для создания «модного образа» – в частности, парфюмерия. Правда, это были не духи марки «Kenzo», а более простые ароматы: «Кто любит запах настоящий фиалки, пусть требует духи о-де-колон “Рейнская фиалка”. Поставщик двора Его Императорского Величества Фердинанд Мюнгельс (Колониальная № 4711 в Кельне на Рейне). Действительный свежий запах фиалки без примеси (мускуса, пачули и пр.). Модный парфюм великосветских кругов продается во всех лучших магазинах»<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Подробнее см.: Герман Дмитриевич Гоппе и его издательская деятельность. СПб., 1885.

<sup>4</sup> Модный свет и модный магазин. 1899. № 2. С. 6.

<sup>5</sup> Там же. № 9. С. 12.

Частое упоминание о великосветских кругах, аристократии и т. п. выдает ориентированность таких рекламных объявлений на представителей среднего класса, стремившихся достичь того уровня жизни и внешних его признаков, что были присущи высшему свету. Акцент на элитности заметен и в следующем объявлении: «Парфюмерия DELETTREZ открыла аристократический свой магазин в Париже в rue ROYALE, 15. Фирма DELETTREZ теперь пользуется благосклонностью». По тому же принципу рекламировались краски для волос Александра Герке – «придворного парфюмера»<sup>6</sup>. Этот рекламный ход благополучно дожил до наших дней. И в конце XX века реклама какой-либо торговой марки связывается со знаменитым, нередко аристократическим именем, чем подчеркивается ее исключительность.

Всего два русских слова в рекламе других духов: «Модные духи Parfums a eau mode 1. T. PIVER. 10. Boulevard de Strasbourg, Paris»<sup>7</sup>. Язык французской моды был ясен всем. Здесь же рекламировались и различные кремы, примочки, бальзамы для кожи, которые производила фирма Густава Лозе («Придворный парфюмер, Берлин, Иогерштрассе, 46»).

Рубеж веков – время развития новых видов транспорта, почты и телефонной связи. Все это способствовало не только ускорению ритма жизни, но и развитию самых разнообразных международных связей, что достаточно точно отражается в появлении подобной иностранной рекламы. Указание заграничных адресов известных торговых фирм – это не столько предложение клиенту поехать в Париж или Берлин, сколько указание на возможность заказать этот товар по почте.

Многие из перечисленных товаров прошлого века благополучно существуют и в наше время, но в старинных журналах встречаются и объявления о предметах, которые на сегодняшний день перестали быть обязательной деталью костюма: «Г-жа Адельфина, корсетница из Парижа, предлагает новости. Корсеты сантюры весьма элегантно покроя, удобные для нервных дам, так как грудь и легкие совершенно свободны. Особенный покрой для полных, удлиняющий талию и сокращающий живот. Бандажи и корсеты для беременных, прямодержатели и корсеты для учащихся любого возраста»<sup>8</sup>.

Рекламная страница модных журналов предлагала читателю не только мир вещей, модных товаров и услуг, но и мир модных идей. Среди перечня магазинов и предметов гигиены попадались и объявления о книгах – не только Л. Толстого, но и К. Фофанова, К. Бальмонта (выпущенных тем же издательством Гоппе).

К типу собственно модных журналов относился и «*Вестник моды*», издававшийся с 1885 по 1916 год Н. П. Аловертом, также объединившим под своим руководством множество модных журналов. Деятельность Аловерта началась в издательском доме Гоппе, где он был редактором журналов «Огонек», «Железнодорожное дело», «Электричество», «Фотография». Но Аловерт избрал иной, по сравнению с Гоппе, способ привлечения подписчиков модных журналов. Он издавал фактически один «журнал моды, хозяйства и литературы» под двумя названиями – «*Модный курьер*» и «*Вестник моды*». В расчете на разный кошелек они имели различную стоимость. Эту систему он усложнил, издавая под теми же заголовками версии этих журналов не только «для семьи», но и специальные – «для портних».

<sup>6</sup> Модный свет и модный магазин. 1901. № 21. С. 12.

<sup>7</sup> Там же. 1900. № 4. С. 11.

<sup>8</sup> Модный свет и модный магазин. 1900. № 4. С. 11.

И профессиональные версии, и варианты «для семьи» выходили в четырех изданиях, различавшихся количеством представленных моделей, выкроек и стоимостью. Средняя цена годовой подписки составляла от 4 – 5 рублей за 1-е издание до 20 – 25 рублей за 4-е издание (в то время как в 1900 году 2,5 рубля стоил обед без вина в приличном ресторане<sup>9</sup>). Такое многообразие вариантов изданий и цен было явно рассчитано на расширение круга подписчиков, обладавших разными материальными возможностями.

В журнале «*Вестник моды*», помимо иллюстраций с описаниями моделей, давалась хроника за неделю, в которой подчеркивались основные тенденции в женских туалетах: «Париж. 3 января. Кто не любит зимней поэзии. Светлое свежее утро, солнечный полдень, когда иней прозрачен, как хрусталь, и застывшая земля весело отзывается от самого легкого удара, когда молодые женщины, закутанные в дорогие меха, жмутся грациозно от холода, что им придает новую прелесть. Зима уже не так печальна, как говорят. Этот сезон – любимый сезон молодых модниц, так как есть возможность блистать им своими нарядами в обществе...»<sup>10</sup>. Далее обыкновенно следовало описание модной новинки, например, «обтянутых платьев», иногда для сравнения помещали два рисунка рядом – что носили и что будут носить.

Была в этом журнале и рубрика практических советов, касающихся не только моды, но вообще женской внешности, например, – «средства борьбы с бородавками». Поражали своей неожиданностью хозяйственные советы – «как сообщить высохшим грецким орехам их первоначальную свежесть». Кроме того, читательницам предлагался рассказ с продолжением (приключенческий, детективный, любовный), описание какой-либо «общественной игры» – шарады, жмурки и т. п. Печатались и афоризмы, содержанием редко превосходящие следующий: «Создание одного воображения напоминает будуар кокетки; небольшой беспорядок не мешает уютности»<sup>11</sup>.

Как и во многих других подобных журналах, в «*Вестнике моды*» активно пропагандировались гигиенические средства: глицериновое мыло на березовом соке, «калодерма – желе и мыло», порошок для уничтожения волос, миндальное мыльное тесто и т. д. Рекламировались «косметические спермацетовые утиральники»: «При употреблении спермацетовых утиральников кожа лица делается чистой, нежной и приятно освеженной. Удобное средство в дороге, где лицо особенно подвергается влиянию солнца, мыла и ветра. Особенно важно для господ артистов и для употребляющих гримировку»<sup>12</sup>. Предлагались специальные приспособления для модной прически: «Долой горячие щипцы – новый гофрированный прибор для модной волнистой прически»<sup>13</sup>.

Прообразом современных рекламных листовок можно считать появившиеся в конце XIX века в «*Вестнике моды*» специальные рекламные бесплатные листы с небольшим календарем на текущий год: «Торговый дом Кончаев и Волков, Гостиный двор № 129. Высшие новости летних тканей – шерстяной отдел – все ткани, визитные платья, кисейные и легкие платья, батист и сатин, цены низкие»<sup>14</sup>.

<sup>9</sup> См.: Засосов Д. А., Пызин В. И. Из жизни Петербурга 1890 – 1910-х годов: Записки очевидцев. Л., 1991. С. 102.

<sup>10</sup> Вестник моды. 1898. № 1. С. 1.

<sup>11</sup> Там же. № 20. С. 7.

<sup>12</sup> Там же. 1901. № 18. С. 10.

<sup>13</sup> Вестник моды. 1901. № 3. С. 10.

<sup>14</sup> Там же. 1899. № 5. С. 9.

На рубеже XIX и XX веков издатели стремились не только учесть интересы простых обывателей, но и ответить на запросы людей, связанных с модой в силу своей профессии (модистки, портные). Для них предназначались профессиональные модные журналы, такие как «*Новейшие моды мужских платьев*», «*Детские платья и белье*», «*Модистка*» и «*Парижские модели шляп*» («издание лучшего в мире французского журнала “*La Modiste universelle*”; содержит 60 великолепно раскрашенных в 1/2 натуральной величины моделей шляп и выкроек к ним», 1900 – 1903, изд. Н. П. Аловерт). К этой группе модных изданий относились и специальные версии «для портных» журналов «*Вестник моды*» и «*Модный курьер*».

Основной материал профессиональных модных журналов составляли иллюстрации туалетов с описанием и советами не только по выбору материала, но и по крою моделей. В отдельных изданиях присутствовали хроники моды, обзоры мод за месяц. Рекламных объявлений было значительно меньше, и они напрямую отвечали профессиональным запросам читателей. А в журнале «*Парижские модели шляп*» рекламы не было вообще.

Ежемесячный журнал «*Новейшие моды мужских платьев*» (1884 – 1912, изд. О. П. Пелицаро) выделялся своей значительной подписной ценой – годовая подписка на этот журнал составляла 14 рублей при средней цене профессионального журнала 4 – 6 рублей в год. Столь высокая цена отчасти объяснялась тем, что это было практически единственное петербургское издание, посвященное исключительно мужской моде. Большое количество выкроек и модных картинок, особое внимание к деталям фасона и тонкостям кроя были интересны и понятны именно изготовителям туалетов, так что журнал был рассчитан в первую очередь на профессионалов модной индустрии, а уже затем на их заказчиков, каждый месяц внимательно следящих за последними изменениями моды.

Для знакомства читателей с новейшими тенденциями в мужской моде в журнале существовала рубрика «Хроника моды». И здесь сквозь сдержанный комментарий иногда прорывалось искреннее мнение неизвестного нам автора: «Пальто, по-крайней мере до весны, имеет очень широкий, как бы надутый вид. Надо признаться, что фигура при этом много страдает, принимает какой-то бесформенный вид, но мы знаем по опыту, что во многих случаях не то красиво, что в действительности хорошо, а то, что предписывает мода»<sup>15</sup>. Ироничные комментарии звучали не только в модных журналах, в это время предпринимались попытки и аргументированной критики моды. «Надо быть глупцом, чтобы писать о модах, надеясь хоть сколько-нибудь содействовать исцелению всеобщего безумия», – с таким постулатом выступил в 1879 году автор популярной среди российских читателей книги с категоричным названием «*Мода и цинизм*»<sup>16</sup>.

После обзора мод в журнале давалась актуальная для данного месяца модная картинка – костюмная пара, сюртук, смокинг, фрак и жакет, а также, в зависимости от сезона, пальто или шуба. Именно так, по мнению авторов издания, выглядел в начале XX века минимально необходимый набор одежды для мужчины, следящего за модой и собственным гардеробом. Вот пример описания одной из моделей: «№ 1 – Пиджачный костюм из клетчатой материи. Пиджак застегивается на четыре пуговицы, клапана короткие, фалды немного срезаны и закругленные внизу. Все карманы с паттами. Рукава без обшлагов, с разрезом внизу, скрепленные двумя пуговицами. Брюки прямые, более узкие внизу»<sup>17</sup>. Здесь же помещались и описания

<sup>15</sup> Новейшие моды мужских платьев. 1903. № 3. С. 3.

<sup>16</sup> Дишер Ф. Т. Мода и цинизм. СПб., 1879. С. 7.

<sup>17</sup> Новейшие моды мужских платьев. 1902. № 4. С. 2.

форменной одежды «для чинов различных ведомств». Картинки, представлявшие живописные группы мужчин в различных костюмах, и выкройки помещались в конце журнала.

В период рождественских праздников вся первая страница журнала отводилась под изображения и описания маскарадных костюмов. Летом большую часть журнала занимали картинки с описаниями одежды для летнего времяпрепровождения – спортивных костюмов, костюмов для лаун-тенниса, велосипедной езды, игры в крокет, катания на лошадях, купания и т. д. На последних страницах помещались объявления, реклама, полезные советы и т. п.

Главным уборам был посвящен отдельный журнал – «*Модистка. Модели шляп, головных уборов и украшений*» (1889 – 1903, изд. Гоппе)<sup>18</sup>. Это было оригинальное издание, а не переводная версия, как «*Парижские модели шляп*». Содержание «*Модистки*» составляли не только картинки и описания моделей шляп, но и сами выкройки моделей с указанием нюансов кроя, что свидетельствует об ориентации издания непосредственно на модисток. В это время шляпка еще являлась неизменным предметом гардероба, и расходы на шитье модной шляпки были постоянной статьей расходов модных дам. Стремясь уменьшить траты, многие небогатые женщины шили шляпки сами, и журналы подобного рода были для них подспорьем.

О пышности и сложности головных уборов для рождественских костюмированных балов и маскарадов свидетельствуют названия этих «сооружений»: «Щеголиха», «Гурия», «Парижанка» и даже «Праздник безумных». Вот описание такого головного убора: «Завить все волосы и расположить их большими прядями по обеим сторонам лица. Лучше воспользоваться париком. Большая шляпа из мягкого фетра приподнята спереди, украшена большим красным пером. На пазе расположен зеленый бархатный шу с шарфом, окружающим шею»<sup>19</sup>.

Журнал, один из немногих, помещал не только «модные картинки шляп, напечатанные на бристольской бумаге, раскрашенные акварелью и представляющие вполне наглядные типы шляп последней моды»<sup>20</sup>, он уделял серьезное внимание и изображению аксессуаров с их подробнейшим разбором. Вот какие «Вещи для спорта» предлагались в 1898 году: «Штиблеты на рисунке идут для велосипедного костюма. Их застегивают на левом боку маленькими пряжками из резины одного цвета со штиблетами и пуговках [так! – Н. С.] и делают из войлочной материи коричневого цвета. Полуботинку, изображенную в группе внизу, делают из кожи с коричневыми и зелеными клетками и обшивают черной лакированной кожей... Идут для велосипедного костюма»; «Прелестным украшением для дам, управляющих лошадей, может служить изящная брошка из оксидированного серебра с золотыми украшениями; она состоит из подковы и двух палочек. К числу эффектных принадлежностей туалета относится также изящная шляпа из белого фетра с высокой головкой и слегка загнутыми полями. Вокруг головки этой шляпы раскладывают черную бархатную ленту в 6 см шириной с пышным бантом на левом боку. За бантом прикалываются стоймя белые перья»<sup>21</sup>.

Отдавалось должное и иным модным принадлежностям: «В настоящее время снова начинают входить в моду изящные мешки (помпадур), которые составляли

<sup>18</sup> Издатель и годы выхода журнала «Модистка» указаны на основании издания: Материалы по истории русского костюма и костюмов других народов : Выборочный список по фондам ГПБ / Сост. М. В. Кальфа. Л., 1955. С. 44.

<sup>19</sup> Модистка. 1900. № 12. С. 3.

<sup>20</sup> Модистка. 1898. № 1. С. 1.

<sup>21</sup> Там же. № 3. С. 6.

в былые времена необходимую принадлежность каждого нарядного туалета. Эффектные мешки, изображенные на наших рисунках, идут ко всякому наряду. В такие мешки можно положить бинокль, носовой платок и разную мелочь»<sup>22</sup>.

Исключительно детским модам посвящался профессиональный модный журнал «Детские платья и белье» (1903 – 1917, изд. Н. П. Аловерт), который предназначался для детских портних. Но он был также интересен и доступен по цене женщинам, имеющим детей и умеющим шить.

Этот журнал детских мод мало чем отличался от «взрослых» профессиональных журналов – те же модные картинки, описания к ним, выкройки. Удачной находкой следует считать, пожалуй, то, что картинки моделей, охватывающих возраст от 2 до 16 лет, представляли собой сценки на тему «Семейные игры» или «Прогулки на природе». В дамских журналах модели, как правило, были изображены в статичных позах, как того требовал этикет (многие из них почти в точности повторяли композиции парадных портретов). Это соответствовало интересам портновского искусства, так как детали кроя заявляли о себе более очевидно.

Предновогодние рождественские номера, также как и во «взрослых» журналах, содержали множество моделей маскарадных костюмов для детей разного возраста; весенние и летние номера – модели для прогулок и игр на свежем воздухе, спортивных занятий, купаний. Весной особенно пристальное внимание уделялось девичьим туалетам. Вот тому занятный пример: в журнале за май (№ 5) 1903 года предлагаются модели «весенней шляпы для маленькой девочки» и «весенней шляпы для большой девочки». Читатели могут их сравнить. «Для нашей модели из красной шелковой материи понте требуется газовая формочка с круглой тульей, шириной в 15 см и ободком спереди, вышиною в 7 см, а сзади в 5 см. Эту формочку покрывают круглым куском шелковой материи величиной в 40 см, который по краям плиссируют, а посредине драпируют. Пасс делается из газа, подшивается каркасом, обтягивается шелковой материей и обшивается шелковыми рюшками, шириной 2 и 11 см. Отделкой служат шелковые петли, подшитые каркасом и розетками, завязки – из шелковой материи»<sup>23</sup>. А вот шляпка для «большой девочки»: «Газовая формочка, состоящая из круглой тульи величиной в 15 см и пасса, шириной в 4 см, служит основанием этой шляпы из серого льняного газа. Прежде всего, покрывают головку кружком из жесткого газа, величиной в 40 см, и к этому прикрепляют сборчатую газовую полоску, шириной в 24 см и длиной в 100 см. Сборчатый белый шелковый пасс, шириной в 7 см, покрывают шелковой оборкой, сзади шириной в 5 см, спереди – в 6 см, вышивают серой газовой рюшкой с выметкой. Шелковый шарф, шириной в 18 см, составляет верхнюю отделку. Слева под пассом прикрепляется шелковая розетка»<sup>24</sup>.

В «костюме из синего шевиота», который «состоит из длинных панталон, пластрона из белого с синими полосками трико и блузы с синим полотняным воротничком»<sup>25</sup>, нетрудно угадать «матроску», появившуюся еще в XIX веке и до сих пор встречающуюся в детской моде.

Пристальное внимание в журналах 1898 – 1903 годов к модным фасонам не только женских, но и мужских, и детских костюмов свидетельствует о растущем интересе читателей к моде. Это послужило причиной возникновения в конце XIX века модных приложений к семейным журналам. К журналу «Родина» выхо-

<sup>22</sup> Там же. С. 7.

<sup>23</sup> Детские платья и белье. 1903. № 5. С. 4.

<sup>24</sup> Там же.

<sup>25</sup> Детские платья и белье. 1903. № 5. С. 3.



дило приложение «*Новые моды и рукоделия*», к журналу «Звезда» – «*Новейшие моды*», к журналу «Север» – «*Парижские моды, хозяйство и домоводство*», к «Ниве» – приложение «*Парижские моды*». Журнал для детей «Задушевное слово» имел приложение «*Детские моды “Задушевного слова”*». Все они представляли собой настоящие журналы мод с заимствованием лучших рисунков и выкроек из иностранных изданий.

Круг читателей этих журналов был больше и охватывал более широкие слои населения, чем собственно модных изданий. Поскольку главная содержательная часть, включая рекламу, находилась на страницах основного журнала, приложения были посвящены исключительно моде и не отвлекались на прочие вопросы. Лишь в приложении «*Парижские моды, хозяйство и домоводство*» (к журналу «Север») была также рубрика кулинарных рецептов. Все остальные ограничивались статьями, посвященными тенденциям мод, описанию туалетов и модным выкройкам.

Одним из типичных модных приложений 1898 – 1903 годов являются «*Новые моды и рукоделия*» журнала «Родина», основанного в 1879 году В. А. Захаровым. На рубеже веков он стал самым распространенным русским иллюстрированным журналом после «Нивы». К концу 80-х годов, сменив нескольких издателей, «Родина» перешла к Альвину Андреевичу Каспари, владельцу Акционерного общества издательства Каспари. Альвин Андреевич начал работу на издательском поприще в 1870 году. Он старался привлечь лучшие литературные силы, делая ставку на издание популярных книг, таких как «Человек – невидимка» Г. Уэллса. При издательстве А. А. Каспари была и собственная типография. Издание периодического органа печати стало заветным желанием Альвина Андреевича, и в 1886 году он приобрел маленькую еженедельную газету «Родина». Приняв ее с 200-ми подписчиками, он через 5 лет добился того, что число подписчиков выросло до 40 тысяч. Каспари реформировал «Родину» в еженедельный иллюстрированный журнал, явившись пионером в создании еженедельников нового типа, с отдельными бесплатными приложениями. Такими стали в дальнейшем многие семейные журналы. В конце XIX века редакция «Родины» располагалась в доходном доме на Лиговской ул., 114. После смерти Альвина Андреевича его дело продолжил сын – Николай Альвинович.

Среди множества приложений к журналу «Родина» было и модное – «*Новые моды и рукоделия*». Его основное содержание составляли модные туалеты для балов и званых обедов, для выезда, приемов и визитов, для послеобеденных и вечерних прогулок, для посещения магазинов, для конфирмации и причастия, для поездок на велосипеде и в автомобиле, для лаун-тенниса и игры в крокет, туалеты для театра различались в зависимости от расположения мест в зале.

Особо следует отметить приложение «*Детские моды “Задушевного слова”*»<sup>26</sup>. «Задушевное слово», «журнал для детей и юношества», издавался известнейшей петербургской книгоиздательской и книгопродавческой фирмой М. О. Вольфа. Ее основатель Маврикий Осипович Вольф начал заниматься издательской деятельностью в 1848 году, а через пять лет открыл свой знаменитый книжный магазин на Невском проспекте. Всего Товариществом М. О. Вольфа было выпущено около двух тысяч книг (главным образом, детских и учебных), а также несколько роскошных изданий, таких как «Молитвослов», «Библия в картинках», «Живописная картинная галерея Европы», четыре издания Толкового словаря Даля и др. В этом же издательстве выходил иллюстрированный журнал «Новь», а детский журнал

<sup>26</sup> Далее – «*Детские моды*».

«Задушевное слово» выпускался с 1885 года в 2-х вариантах – для детей 5 – 8 лет и 9 – 14 лет (сначала под редакцией С. М. Макаровой, а с 1899 года – П. М. Ольхиной). Редакция детского журнала в конце XIX – начале XX века находилась на 10-й линии Васильевского острова, д. 5/7.

Среди множества дополнительных библиотечек, календарей на учебный год и справочников «для русского учащегося юношества», приложений для родителей, гувернеров, учителей выходило и приложение «*Детские моды*». Оно представляло собой «иллюстрированный журнал детского платья и белья для матерей, наставниц и воспитателей» и состояло из картинок мод детской одежды с кратким описанием и рекомендациями по пошиву, а так же из полезных советов и общих сведений для матерей и воспитателей («как устранить сухость волос, чистить кружево, выводить пятна, одевать детей»). Один из таких советов мы позволим себе привести: «Хороший зубной порошок должен быть очень мелким. Можно взять для этого углекислую магнезию с прибавлением порошка фиалкового корня и каплею пряно мятного масла. Чистить зубы порошком не следует ежедневно, но только иногда, чтобы не слишком стирать зубную эмаль»<sup>27</sup>.

Некоторые номера «*Детских мод*» были тематическими. Один из них, например, посвящен «Детскому рукоделию и работам»: в нем помещены указания по несложному шитью и вышивке, украшению тканей рисунками китайской тушью, вязанью и т. п. Таким образом, кроме освещения последних модных тенденций в детской одежде, журнал давал материалы, направленные на развитие у детей любви к рукоделию.

Таковы были модные журналы, выходившие сто лет назад в Петербурге, подсаживавшие модникам и модницам, как угнаться за убегающим временем, меняющим фасоны платьев и шляпок, интерьеры гостиных и манеры обывателей. Время действительно летит быстро, мы уже перешли в новый XXI век, а многими сферами нашей жизни по-прежнему управляет капризная мода, непостоянная, недолговечная и бессмертная одновременно. Время показало, насколько живуча идея модных журналов, благополучно существующих и в наши дни. Зародившаяся в середине XIX-го и утвердившаяся в начале XX-го века схема составления номеров модных журналов с разнообразными рубриками к настоящему времени переросла в многообразие женских и модных изданий, имеющих весьма четкие границы деления – от журналов для деловых женщин до умеющих хорошо шить домохозяйек.

<sup>27</sup> Детские моды. 1901. № 1. С. 4.