В.В. ЛАПТЕВ

Доктор искусствоведения, профессор кафедры дизайна рекламы Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна
e-mail: laptevsee@yandex.ru

V.V. LAPTEV

Doctor of Arts, department of advertising design of the Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
e-mail: laptevsee@yandex.ru

ПАРИЖ — МОСКВА. «VU» В АВАНГАРДЕ ИСКУССТВА ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ

PARIS — MOSCOW. «VU» IN THE AVANT-GARDE OF THE ART OF PHOTOJOURNALISM

В статье автор исследует французский иллюстрированный журнал «VU» на предмет использования авангардистской фотографии, фотомонтажа и информационной графики в 1920–1930-е гг. Настоящая статья фокусирует внимание на художественных приемах создания образности и на фактологическом монтаже информационной составляющей. Результатом исследования является выявленная специфика совместного использования фотомонтажа и инфографики в данном иллюстрированном журнале. С одной стороны, это познавательное информирование широкой аудитории по обширному кругу вопросов, с другой — это пацифистские и антифашистские материалы агитационно-пропагандистской направленности.

In the article, the author compares the French illustrated magazine «VU» for the use of avant-garde photography, photomontage and information graphics in the 1920s and 1930s. This article focuses on the artistic techniques of creating imagery and on the factual installation of the information component. The result of the study is the revealed specifics of the joint use of photomontage and infographics in this illustrated magazine. This is informative information for a

wide audience on a wide range of issues and it is pacifist and anti-fascist materials of agitation and propaganda orientation.

Ключевые слова: иллюстрированный журнал, VU, авангардистская фотография, фотомонтаж, инфографика, изобразительная статистика.
Keywords: illustrated magazine, VU, avant-garde photography, photomontage, infographics, pictorial statistics.

На рубеже 1970–1980-х гг. в столицах Франции и Советского Союза состоялись выставки «Paris — Moscou» (1979) и «Москва — Париж» (1981) соответственно. Их основной целью было ознакомление зрителей с сокровищами искусства, в большинстве своем остававшимися недоступными для широкой публики по разные стороны границ. Национальный центр искусства и культуры им. Жоржа Помпиду и Государственный музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина выступили соорганизаторами этого грандиозного международного проекта в истории культурного сотрудничества СССР и Франции.

В ходе показа был продемонстрирован огромный материал, состоящий из более чем двух тысяч экспонатов. Это и произведения изобразительного и монументального искусства, образцы прикладного творчества и промышленного дизайна, театральные и музыкальные экспонаты, архитектурные проекты, художественная и документальная фотография, а также произведения графического дизайна — плакаты, книги, журналы и брошюры.

На множестве примеров можно было увидеть тесное культурное взаимодействие различных по социальному строю стран — капиталистической Франции и социалистического СССР. Этому способствовали левые взгляды многих французских деятелей культуры и искусства, частые обмены и выставки. Например, знаменитая Международная выставка декоративного искусства и художественной промышленности (1925) в Париже, на которой были блестяще представлены работы советских архитекторов, художников, графиков, дизайнеров, модельеров и декораторов. Или гастроли советских театральных коллективов в конце 1920-х гг.

Сотрудничество творческой интеллигенции СССР и Франции было как дорога с двусторонним движением — интерес был у обеих сто-

рон. Примером может служить журнал «L'Esprit Nouveau» (1920–1925), в котором Ле Корбюзье и Амеде Озанфан обращались к русскому искусству в новых реалиях, а Илья Эренбург и Эль Лисицкий публиковали на его страницах эссе о советском театре и архитектуре. Отечественные художники, писатели, музыканты, деятели театра и балета стремились представить Парижу, общепризнанной столице искусств, свои достижения. Но и французская общественность жаждала увидеть новое в искусстве молодой республики. Так, в литературной среде, по свидетельству французского комиссара литературного раздела выставки «Москва — Париж» Сержа Фошеро, вторая половина 1920-х ознаменовалась интенсивным взаимодействием писателей и поэтов Франции и СССР, «в течение которых именно Москва оказывает влияние на Париж» [1, с. 182]. Этому способствовал книгообмен и обмен периодическими изданиями.

Несмотря на широкий спектр представленных на выставке «Москва — Париж» направлений искусства за рамками экспозиции, да и внимания кураторов, остались иллюстрированные журналы, в основе которых лежал фотоматериал. Нет, собственно раздел фотографии присутствовал, демонстрируя успехи советских и французских фотохудожников. И фотожурналистика, по признанию искусствоведов, была одной из основных линий развития советской фотографии: «Фотографы первых лет революции создали и свой особый жанр в искусстве фотографии — жанр образной журналистики» [2, с. 290].

Тем не менее, такие значимые для формирования визуальной культуры издания, как «СССР на стройке» (1930–1941, 1949) и «VU» (1928–1940), широко представлены на выставке не были. А ведь, по словам исследователей фотоискусства, иллюстрированные журналы являются книгами текущей жизни в фотографиях [3] и представляют собой богатейший материал для исследования и пласта культуры в ретроспективе, и развития дизайна многополосных изданий. В настоящей работе внимание фокусируется на художественных приемах создания фактологического материала посредством фотографии, фотомонтажа и инфографики во французском еженедельнике «VU». И если «СССР на стройке» хорошо известен российскому искусствознанию, то французский журнал остался в тени более именитых «Life», «Look» или «Stern». Несмотря на ряд зарубежных публикаций [4; 5], особенности дизайна издания в части взаимодействия различных средств визуализации требуют уточнений.

***

Появлению на свет французский еженедельник обязан его основателю, редактору, фотографу Люсьену Вожелю, знатоку иллюстрации, фотографии и женской моды. За его плечами были и издания иллюстрированных газет и журналов, и военная командировка от отдела изящных искусств, исторических памятников и древностей в качестве штатного фотографа в Марокко.

В 1920-е годы Вожель издает «L'Illustration des modes», переименованный годом позже в «Le Jardin des modes», работает арт-директором в «Vogue français». Эти журналы, в которых главное место было уделено иллюстрации, помогли радикально модернизировать женскую прессу [6]. Опыт работы с визуальным рядом позволил Вожелю реализовать смелую идею: создать иллюстрированный журнал, в основе которого будет лежать новый принцип примата визуального образа над вербальным содержанием. И главной задачей еженедельника станет информирование читателей посредством фотографии.

Фоторепортаж, фотоочерк, фотоэссе — материалы этих жанров фотожурналистики составляли костяк содержания «VU». Читатели газет и журналов хотели больше смотреть, нежели читать. Они отдавали предпочтение визуальной информации, доставляемой изображением, а текст трансформировался в простое заполнение пространства между фотографиями. «Новый стиль журналистики сопровождается разрушением прежних отношений между текстом и изображением, читаемым и видимым» [7, с. 31]. Это было реализовано во Франции в иллюстрированных журналах: в «VU» и в созданных по его образцу и подобию «Voilà» (1931–) и «Regards» (1932–1939).

Люсьен Вожель понимал всю важность формирования уникального визуального образа нового издания, поэтому для этого были приглашены как именитые художники и фотографы, так и талантливая творческая молодежь. Сотрудничество с Кассандром дало «VU» объемный логотип в духе Ар Деко и его оригинальный шрифт Bifur для акциденции. Будущий известный сценарист Карло Рим как редактор обеспечил качественный текст. Выпускница Сорбонны, эмигрант из России Ирен Каминская (Лидова), в будущем знаменитый балетный критик, обеспечивала творческую коллоборацию в дизайне издания. За информационную графику отвечал иллюстратор Марсель Ишак, ставший впоследствии успешным кинорежиссером. Фотографии делал не толь-

ко сам Вожель и его дочь Мари-Клод, но и такие знаменитости, как Брассай, Андре Кертес, Ман Рэй и пока еще малоизвестные Анри Картье-Брессон, Роберт Капа, Серж Лидо, Морис Табар.

На первый план в новом издании вышла не просто фотография — примеры фотографических журналов были известны задолго до «VU», например, немецкие «Berliner Illustrierte Zeitung» или «Münchner Illustrierte Presse», — а фотография конструктивистская. Сторонник авангарда в искусстве с конструктивистскими взглядами, он неслучайно был назначен куратором советского павильона парижской выставки 1925 г.

И его симпатии к Советскому Союзу будут иметь продолжение в номерах будущего издания. Уже в первом стартовом выпуске можно увидеть фоторепортаж из России, совмещенный с забавными рисунками. В последующем Вожель будет обращаться к политическим, экономическим и культурным процессам, происходящих в СССР, используя фотографию как главный инструмент визуального воздействия на читателя.





Рис. 1. Обложка журнала «VU» № 81, посвященного Парижскому автосалону, 1929 г. Фото Мориса Табара

Рис. 2. Обложка журнала «VU» № 133, посвященного Парижскому автосалону, 1930 г. Фото и монтаж Андре Кертеса

На третий год издания выйдет в свет номер 192 (1931), целиком посвященный нашей стане, ставший первым в череде «национальных» выпусков. Далее будут представлены США — № 196 (1931), Германия — № 213 (1932), собственно Франция — № 220 (1932), Италия — № 282 (1933), Китай — № 318 (1934), Бельгия — № 367 (1935). Вообще у еженедельника «VU» была особенность в наличии специальных выпусков, имевших увеличенный объем. Они касались таких тем, как политика, экономика, промышленное развитие Парижа, провинций и колоний, сельское хозяйство, наука и техника, женщины и дети, медицина, мода, культурные,



Рис. 3. Обложка и разворот специального выпуска журнала «VU» № 192 «В Стране Советов», 1931 г. Фото Люсьена Вожеля

спортивные и прочие события. Ежегодно под освещение Парижского автосалона отводился один из октябрьских номеров, обложка которого выделялась необычным ракурсом фотографии (рис. 1) или фотомонтажом (рис. 2).

А внутри издания фотография смело перешагивала через корешок, панорамно показывая выстроенную для Колониальной выставки в Париже копию храма Анкор Ват или динамично располагая на двух третях разворота изображение самолета Дьедонне Косте и Мориса Белонте, впервые выполнивших беспосадочный перелет из Парижа в Нью-Йорк. В «советском» номере панорамная фотографии Днепрогэса сопровождались прихотливой акциденцией кассандровского шрифта (рис. 3), вступая в противоречие с видами конструктивистской архитектуры.

За всякой всячиной, интересной простому обывателю, тем не менее скрывался и еще один подтекст. Это пацифизм и антифашизм в материалах первых лет издания. И здесь потенциал фотографии и фотомонтажа оказался как нельзя кстати востребованным. Более того, именно реалистичность представленной «VU» информации подпитывала контркультуру войны — культуру неприятия и отрицания войны, которая должна была формировать стремление к миру и сопротивление новому конфликту.

Использование фотографии и фотомонтажа в качестве основного средства выражения позволило Вожелю оказывать пацифистское

воздействие на читателя через страшные (и ранее запрещенные к публикации) кадры «работы» военно-полевых судов и трибуналов, через вызывающие содрогание образы газовой атаки (рис. 4) и собственно противогаза, ставшего иконой Первой мировой войны, символом ужаса любого предстоящего военного столкновения [8].

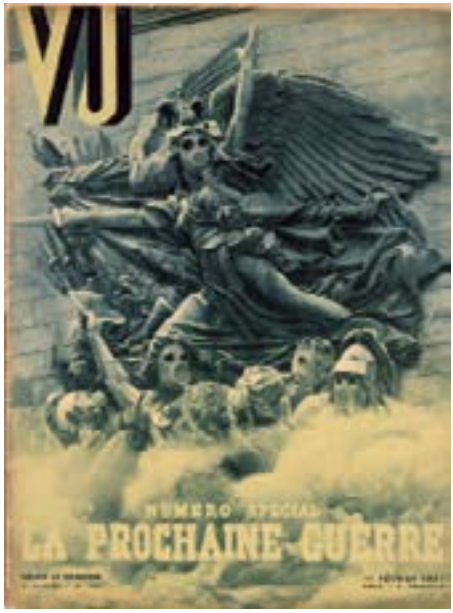


Рис. 4. Обложка специального выпуска журнала «VU» № 152 «Следующая война», 1931 г.

В дальнейшем антивоенные настроения Вожеля переросли в антифашизм. Он справедливо считал, что политика Германии и Италии ведет Европу в пучину новой войны, поэтому на смену подсознательного формирования у французских читателей неприятия собственно войны на первый план выходит активное сопротивление возрождающейся милитаристской мощи поверженного в недавнем прошлом противника. И предчувствие грядущего конфликта реализовывалось визуальными образами, сконструированными дизайнерами журнала из фотоматериала, типографики и информационной графики.

Так, с обложки специального выпуска «VU» № 243 (1932) на читателя смотрит банковский служащий в противогазной маске со свернутым знаменем в руке. И призыв по диагонали: «К оружию, пацифисты». А один из разворотов номера показывает направления главных ударов германской военщины (рис. 5). Здесь Вожель эффектно задействовал фотомонтаж, совмещенный с картой, пересекающей корешковый фальц. Композиция динамична за счет использования всего пространства разворота, что было для того времени новацией в дизайне печатных изданий. Сходящиеся в мишень стрелы движения танков и мотопехоты, добавляя динамики, формируют ощущение грозящей Франции опасности.

При этом надо отметить, что к фотомонтажу во французском культурном пространстве относились с опаской, даже с оглядкой на то

поле, где этот метод использовался наиболее эффективно. Речь идет об советском агитационном искусстве. Художественная и фотографическая среда Франции видели в фотомонтаже опасность пропаганды через образ, опасались самой возможности фальсификации реальности или управляемого мышления. Действительно, иконографические методы фотографических экспериментов были теоретизированы сторонниками конструктивизма и нового мировоззрения в 1920-е годы. Фотомонтажи, которые позволяли сопоставлять на странице различные фотографические элементы для создания нового изображения, были призваны облегчить понимание сообщения путем реализации одновременности процессов и сближения планов, персонажей и сцен. Монтаж менял соотношение пропорций: «Персонажи вырастают, превращаются в колоссы перед лицом архитектуры, над которой они доминируют» [9].



Рис. 5. Разворот специального выпуска журнала «VU» № 243 «К оружию, пацифисты», 1932 г. Графика и монтаж Марселя Ишака

Тем не менее, этот способ формирования визуального образа стал характерной приметой французского журнала. В первую очередь это касалось обложки еженедельника. Она выполнялась монтажом фотографических изображений, создавая неожиданные ракурсы, формируя визуальные слои, объем и перспективу. Начав с сюрреализма Ман Рея и репортажных «мгновений» Андре Кертеса, редакция «VU» все чаще и чаще использовала конструирование изображения посредством фотомонтажа. А с приходом Александра Либермана (будущего «короля глянца и гламура»), приглашенного Вожелем на должность арт-директора, фотомонтаж наряду с эффектной фотографией стал стандартным проектно-художественным решением обложки. Свою первую фотомонтажную работу молодой дизайнер продемонстрировал в майском номере «VU» 1933 года.

Какие же средства кроме «новой фотографии» и фотомонтажа использовались для формирования визуального посыла читателю, для усиления документальности факта?

Во-первых, это информационная графика. Насыщение журнала диаграммами, различными картами и схемами превосходило любые другие печатные средства массовой информации того времени. И, если сначала инфографика базировалась на рисунке, часто на карикатуре, то уже с 1929 года «VU» стал демонстрировать синтез инфографики и фотографики. Страницы стали насыщаться фотомонтажом, органично вплетаемым в изобразительную статистику, становившимся собственно графическим образом тематических карт и диаграмм.





Рис. 6. Разворот специального выпуска журнала «VU» № 152 «Следующая война», 1931 г. Фотомонтаж Марселя Ишака

Рис. 7. Разворот специального выпуска журнала «VU» № 213 «Тайна Германии», 1932 г. Фото Люсьена Вожеля, графика и монтаж Марселя Ишака

Инфографика стала заполняться фотографическим контентом, как в советских агитационных плакатах. В них фотоизображения революционных народных масс, стройки или производственного процесса служили для выделения отдельных графических элементов композиции. В антивоенных статьях французского еженедельника такие художественные приемы были не редкостью. Например, в № 152 (1931) фигуры солдата, пропорционально увеличенные согласно числовым данным, были сформированы монтажом фотографий различных военных подразделений (рис. 6). И здесь же можно увидеть, как сами фотографии танка, самолета, разрушенного дома изменяют свой размер в соответствии с заявленными показателями.

В специальном «германском» выпуске журнала «VU» № 213 (1932) инфографика и фотография сплетаются в единый ковер фактов. Для визуализации динамики роста числа безработных в Германии с 1925

по 1931 год была применена линейная диаграмма, заполненная изображением столпотворения на фоне фотографии очереди на биржу труда, а на переднем плане — фотомонтаж из двух фигур обездоленных (рис. 7). График роста суицидов сопровождается соответствующей фотографией. А одно и то же фото рабочего, воспроизводимое в разных размерах, само становится фигурной диаграммой, показывающей рост пролетариата Германии.

Фотографический материал объединялся с информационной графикой и в качестве иллюстративного сопровождения. В номере 277 (1933), посвященном золоту, долгосрочные кредиты, выданные США Германии в период 1927–1931 гг., визуализированы простой брусковой диаграммой (рис. 8). Интерес читателя к инфографике усиливается дополнительными изображениями доллара и немецкой марки, связанными фото-стрелкой из монет.

В 1936 году после победы Народного фронта проектируется специальный номер № 428 «Нищета в изобилии». К работе над ним привлекается группа экономистов, сторонников распределительной экономики. Макет, выполненный Александром Либерманом в сотрудничестве



Рис. 8. Диаграмма долгосрочных кредитов США Германии в миллионах франков в период 1927–1931 гг. из журнала «VU» № 277, 1933 г. Графика и монтаж Марселя Ишака



Рис. 9. Разворот специального выпуска «VU» № 428 «Нищета в изобилии», 1936 г. Фотомонтаж Александра Либермана, графика Марка Реаля



Рис. 10. Обложка и разворот специального выпуска журнала «VU» № 382, посвященного Красной Армии, 1935 г. Фотомонтаж Александра Либермана

с графиком Марком Реалем, «особенно новаторский по сравнению со стандартами иллюстрированной прессы, опирается на кинематограф в своей сюжетной структуре» [10, с. 60]. Здесь подтверждается родство киноленты с аргументативным визуальным рядом Либермана и Реаля (рис. 9). Да и в самом журнале этот выпуск называли коротким фильмом о величии и рабстве, который основан на оригинальной гибридизации фотографии, фотомонтажа и изобразительной статистики. Таким образом, формировался способ визуальной фактологической объективности [11] для воздействия на читателя.

Во-вторых, «VU» — это первый во Франции большой иллюстрированный фотографический журнал, который обладал динамичным макетом и отличался конструктивистской эстетикой [7, с. 30]. Динамика подкреплялась композиционным строем на основе фото- и типографического материала. Крупные заголовки, зигзагообразные линейки, верстка изображения «в корешок» и «на вылет», контрасты запечатанной плоскости полосы и белого космоса свободного пространства страницы, фигурный набор — все это подчеркивало авангардистский характер дизайна макета издания.

Иллюстрирование событий недели в журнале было подчас сродни кинохронике на бумаге. И это ощущение документального фильма подкреплялось серийной фотосъемкой. Данным художественным приемом показаны последовательные фазы выступления полити-

ков, Рузвельта и Муссолини. В том же ключе представлены однотипные фотографии бойцов Красной Армии, формирующие диагональные ряды (рис. 10), задающие ритмичность всему развороту. Кстати, одно из изображений — фото уроженца Смоленска — стало исходным материалом монтажа обложки.

Следующий прием, использовавшийся дизайнерами «VU», заключался в колористических экспериментах. И если тонирование обложек было делом привычным и достаточно распространенным явлением, то внедрение цвета во внутренний блок журнала встречалось достаточно редко. Разве что в иллюстрированной еженедельной газете «L'illustration» (1843–1944) можно было встретить в 1930-е гг. серии цветных фотографий. Причина — экономическая: цветоделение и полноцветная печать были не по карману многим издательствам.

Вожель, определив сепию в качестве базовой тональности набора, в специальных выпусках «VU» № 81 (1929) и № 133 (1930), посвященных Парижскому автосалону, берет на вооружение стальной циан. Холодные и теплые цвета фотографий на обложке и разворотах издания создают дополнительную динамичную пластику феерии выставки. Правда, больше подобных колористических экспериментов уже не было. Был перевод на двуцветную печать (черный и циан) в результате редизайна издания в 1937 г. Однако использование дуотона было ограничено в большинстве своем разделением на черные заголовки и текст и на тональные фотографии. Но это случилось уже после увольнения Люсьена Вожеля.

Политические взгляды директора пришлись не по вкусу владельцам, спонсорам, рекламодателям, да и мелкобуржуазной читательской аудитории еженедельника. Их чаша терпения переполнилась после выхода специального выпуска журнала «VU» № 441 (1936), посвященного гражданской войне в Испании. Симпатии Вожеля были на стороне республиканцев. А после публикации призыва (да еще с обложки!) лидера испанских коммунистов Долорес Ибаррури: «Мы приходим к вам, люди Парижа, завоеватели Бастилии, бойцы Коммуны…», смена руководства была предопределена. Вожель лишь успевает выпустить номер «Апофеоз силы» о нюрнбергском съезде национал-социалистов с эффектным монтажом панорамных снимков военных парадов и картой тюрем и концлагерей. А в следующем публикует снимок Роберта Капа, запечатлевший мгновение смерти республиканского ополченца, ставший клас-

сикой военной фотожурналистики — № 445 (1936) стал последним выпуском «VU» Люсьена Вожеля.

Приход новой дирекции во главе с правым и «правильным» Альфредом Малле снизил полемическую остроту еженедельника. Вместе с этим уходят на второй план фотомонтаж, информационная графика, эксперименты с динамической композицией и типографикой. Сказался уход из «VU» Александра Либермана. Все реже и реже можно встретить броские фотографии, снятые с неожиданного ракурса. Через несколько месяцев после начала Второй мировой войны еженедельник завершает свою историю изданием майского номера 1940 года с призывом к парижскому обывателю о тотальной войне. До краха Франции оставались считанные дни.

***

Рассматривая еженедельник «VU» с точки зрения дизайноведения, можно сделать вывод о том, что перед нами издание несомненно уникальное, оказавшее непосредственное влияние на фотожурналистику Франции и в чем-то предвосхитившее иллюстрированные журналы послевоенного периода.

Более подробное изучение его художественного облика и проектных решений выходит за рамки настоящей статьи и требует сравнения с аналогичными журналами: советским «СССР на стройке» и немецким «Arbeiter-Illustrierte-Zeitung» (AIZ), известным по социально острым пропагандистским работам «фотомонтера» Джона Хартфильда.

Несмотря на эклектичность макета, выражавшуюся в противоречивой акциденции шрифтовых смесей заголовков номера (одновременно гротеск, антиква и декоративные гарнитуры) и в стилевом многообразии дизайна макета (функционализм, декоративность и эпатажный «глянец») даже соседних страниц, журнал создает впечатление единого живого организма. Этому способствует совместное использование таких инструментов научной объективности, как фотография и инфографика. Они ассоциировались, прежде всего, с визуализацией факта, вызывали доверие и сопричастность у читателя.

Именно поэтому совместное использование графической статистики и фотографики для художников 1920–1930-х гг. являлось оправданным в части дополнительного объективного воздействия на зрителя. Фотографии и фотомонтаж, дополненные информационной графикой

или соединенные с ней, в «VU» подтверждали фактом основную мысль информационного послания, становились визуальном эквивалентом идеи, выделяя его отдельные акценты. Совместное употребление этих двух средств визуализации стало новацией авангарда в формировании художественного образа в агитационном искусстве и фотожурналистике.

Список литературы:

1. *Фошеро С.* Париж — Москва: литература // Москва — Париж. 1900–1930: каталог выставки: в 2 томах / Гос. музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, Национальный центр искусства и культуры им. Жоржа Помпиду. Том 1. — Москва: Советский художник, 1981. — С. 174–183.

2. *Лаврентьев А.Н.* Фотография — поэзия и реальность // Москва — Париж. 1900–1930: каталог выставки: в 2 томах / Гос. музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, Национальный центр искусства и культуры им. Жоржа Помпиду. Том 1. — Москва: Советский художник, 1981. — С. 290.

3. *Болтянский Г.М.* Очерки по истории фотографии в СССР. — Москва: Госкиноиздат, 1939. — 224 с.

4. *Veigy C., Frizot M.* Vu: The Story of a Magazine that Made an Era. — London: Thames & HUDSON Ltd, 2009. — 320 p.

5. *Leenaerts D.* Petite histoire du magazine Vu (1928–1940): entre photographie d'information et photographie d'art. — Brussels: P.I.E. Peter Lang, 2010. — 403 p.

6. *Kurkdjian S.* The emergence of French Vogue: French identity and visual culture in the fashion press, 1920–40 // International Journal of Fashion Studies. — 2019. — Vol. 6. — №. 1. — P. 63–82.

7. *Руйе А.* Фотография. Между документом и современным искусством. — Санкт-Петербург: Клаудберри, 2014. — 712 с.

8. *Kurkdjian S.* Représenter et penser l'affrontement: le magazine Vu face à la Guerre d'Espagne et à la menace d'une deuxième guerre mondiale // Amnis. — 2011. — Vol. 10. — URL: http://journals.openedition.org/amnis/1317 (дата обращения: 10.04.2021).

9. *Morel G.* Du peuple au populisme // Études photographiques. — 2001. — №. 9. — P. 44–63.

10. *Bonhomme M.* Visualiser la crise: photomontage et statistique graphique. La promotion visuelle du socialisme et de la planification dans les années 1930 // Image [&] Narrative. — 2018. — Vol. 19. — №. 4. — P. 54–67.

11. *Debluë C-L.* De l'«image numérique» à la photographie. Exposer les savoirs statistiques au tournant du XXe siècle // Transbordeur: photographie histoire société, n° 2. Photographie et exposition. — Paris: Éditions Macula, 2018. — P. 53–65.