

РЕКЛАМА ДОМА МОДЫ "CHANEL" ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЖУРНАЛЕ МОД "L'OFFICIEL"

Н.А. АРХИПОВА, И.Н. СТОР

(Московский государственный текстильный университет им. А.Н. Косыгина)

Парижская индустрия Высокой моды – лидер мировой моды. Престижные Дома Моды XX века публиковали свою рекламу на страницах журнала мод "L'OFFICIEL" с начала его издания в 1921 году.

Целью настоящей работы является выявление структурно-композиционных приемов и визуально-образных средств рекламы Дома Моды "CHANEL" во французском журнале мод "L'OFFICIEL" в XX-XXI веках.

Большая конкуренция в мире моды, необходимость в "продвижении" имен различных дизайнеров, Домов Мод, а также косметической и сувенирной продукции, производимой различными Домами Мод, способствовала необходимости создания каждым Домом Моды своего собственного, неповторимого фирменного стиля.

Рекламные сообщения во французском журнале мод "L'OFFICIEL" с 1921 года начали выполняться в технике рисованной иллюстрации и фотографии.

В 60-е гг. XX века с обложки журнала мод "L'OFFICIEL" исчезла рисованная иллюстрация, и начала применяться только

фотография. В 80-е гг. XX века из всего журнала мод "L'OFFICIEL" исчезла рисованная иллюстрация, которая была замещена исключительно фотографией. С конца 90-х гг. XX века в иллюстративных блоках журнала мод "L'OFFICIEL" стали применяться фотографии, обработанные средствами компьютерной графики.

Французский Дом Моды "CHANEL", начал свое существование с открытия бутика модных шляпок в 1913 г. В настоящее время Дом Моды "CHANEL" - огромная процветающая корпорация, имеющая модные бутики во всем мире с широким ассортиментом изделий текстильной и легкой промышленности. Во многом успех Дома Моды "CHANEL" связан с грамотной рекламой своих изделий руководителями Дома Моды "CHANEL" – Коко Шанель, а затем Карлом Лагерфельдом.

В 1924 г. Шанель продемонстрировала "маленькое черное платье", которому она дала название "ford"; с тех пор оно никогда не выходило из моды. Черный цвет – "абсолютный" цвет, как говорила Коко Ша-

нель. Маленькое черное платье стало визитной карточкой Дома Моды "CHANEL", и даже через 84 года, в 2008 г. оно вновь появляется в журнале мод "L'OFFICIEL", в виде черно-белого фотоизображения супермодели Клаудии Шиффер на фоне морского побережья. Логотип Дома Моды "CHANEL", изображен в левом нижнем углу фотографии (рис. 1 – реклама "маленького черного платья" фирмы "CHANEL", в журнале "L'OFFICIEL", 2008 г., №922).



Рис. 1

Легендарные духи "CHANEL № 5" появились в 1921 г. Духи "CHANEL № 5" журнал мод "L'OFFICIEL" начал рекламировать с начала своего существования в 1921 г. и продолжает рекламировать до настоящего времени.

В 30-е гг. XX века в рекламных сообщениях журнала мод "L'OFFICIEL" для иллюстраций использовалась "распадная" страница – разворот, в которой публиковались от одного до трех изделий нескольких Домов Мод. В 1935 г. в №169 журнала мод "L'OFFICIEL" были опубликованы изображения вечерних платьев и шляпки Дома Моды "CHANEL", выполненные в технике наброска тушью и пером.

В 1935 г. в журнале мод "L'OFFICIEL", помимо иллюстративной рисованной и фотографической рекламы костюмов, фирма "CHANEL" опубликовала образцы тканей, из которых Дом Моды шил костюмы. Дом Моды "CHANEL" был закрыт, в период с 1939 до 1954 гг., кроме парфюмерного отделения компании; реклама духов "CHANEL № 5" продолжала публиковаться в рекламных сообщениях журнала мод "L'OFFICIEL".

После второго рождения Дома Мод "CHANEL" в 1954 г. – он получил мировую популярность, а Коко Шанель стала управляющей самого крупного Дома Моды в мировой индустрии моды. Коко Шанель умерла 10 января 1971 г. С 1983 г. и по настоящее время художественным руководителем Дома Моды "CHANEL" является Карл Лагерфельд.

Логотип французского Дома Моды Коко Шанель – "CHANEL", написан заглавными буквами латинского алфавита. Шрифт использован рубленый, типа гротеск.

Изобразительный знак фирмы "CHANEL" представляет собой две перекрещенные латинские буквы "С", вписанные в круг, которые обозначают первые буквы от имени Коко Шанель (Coco Chanel). Впервые логотип "CHANEL" появился в середине 50-х гг. XX века на застежке стеганой сумочки.

Дом Моды "CHANEL" для привлечения клиентов в 1935 г. в журнале мод "L'OFFICIEL" (№168) публикует образцы тканей для производства моделей одежды, что можно считать одним из первых образцов рекламы текстиля в журнале мод "L'OFFICIEL". Реклама тканей содержит два информационных блока: логотип, адрес бутика "CHANEL" в Париже (рис. 2).



Рис. 2

В 1954 г. в №391 в журнале мод "L'OFFICIEL" опубликована реклама флакона духов "CHANEL № 5" в виде фотоизображения. На этикетке флакона крупно и четко видно название Дома Моды "CHANEL", и внизу изображения крупными буквами написано также название фирмы "CHANEL", что демонстрирует

композиционный принцип "удвоения" – дуальности изображения названия фирмы в продвижении товаров фирмы "CHANEL" (рис. 3).



Рис. 3

В 2000 г. в журнале мод "L'OFFICIEL" №842 появляется новая серия рекламных изображений духов "CHANEL № 5", выполненных в технике компьютерной графики. Прямоугольный флакон желтого цвета выделен с помощью применения эффекта светлого тона на темном насыщенном фоне дамской сумки. Символическая цифра "5" находится на уровне флакона и является знаковым элементом заднего плана. В данном рекламном сообщении также использован логотип Дома Моды "CHANEL" (рис. 4).



Рис. 4

В результате проведенного исследования выявлено, что: фирменный знак фран-

цузского Дома Моды "CHANEL" основан на использовании знака – метафоры, или символа, ассоциирующегося с именем первого владельца Дома Моды – Коко Шанель. Фирменный стиль французского Дома Моды "CHANEL" проектировался как средство идентификации и продвижения производимых товаров, а также как инструмент укрепления престижа Дома Моды "CHANEL".

Фирменный стиль французского Дома Моды "CHANEL" в рекламных сообщениях журнала мод "L'OFFICIEL" выражается набором визуальных "констант": логотипом, знаком, типом шрифта и их сочетанием.

Логотип, знак и шрифт французских Домов Мод выражается, как правило, двумя фирменными цветами.

В работе выявлено, что для рекламных сообщений французского Дома Моды "CHANEL" в журнале мод "L'OFFICIEL" формата А4 применяются следующие типы композиционного размещения информации: "распашная" иллюстрация – на развороте журнального издания, полоса – страница, пол полосы, $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{2}$.

Рекламные сообщения Дома Моды "CHANEL" в журнале мод "L'OFFICIEL" состоят из фирменного блока, включающего: знак, логотип, адрес Дома Моды "CHANEL". В зависимости от вида рекламного сообщения фирменный блок содержит различную информацию, например, знак или адресный блок, а адрес бутика находится в конце журнала мод "L'OFFICIEL" в справочной информации.

Рекомендована кафедрой рисунка и живописи.
Поступила 24.04.09.