

Никульшина Светлана Алексеевна, магистрант

Nikulshina Svetlana Alekseevna

Уваров Виктор Дмитриевич, Профессор, д. искусствоведения

Uvarov Viktor Dmitrievich

Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования

«Гжельский государственный университет»

Россия, Раменский городской округ, поселок Электроизолатор

ФОРМИРОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА ИЛЛЮСТРАЦИЙ CHANEL В ЖУРНАЛЬНОЙ ГРАФИКЕ

FORMATION OF CHANEL'S VISUAL LANGUAGE OF ILLUSTRATIONS IN MAGAZINE GRAPHICS

Аннотация. В статье было исследовано развитие визуального языка иллюстративных образов модного дома Chanel в рамках журнальной графики.

Бренд анализируется как целостная знаковая система, в которой линия, силуэт, композиция и работа с пустотой формируют устойчивую модель визуального смыслообразования. Прослеживается переход от ранней силуэтной и лаконичной графики, отражающей реформаторскую эстетику Коко Шанель, к модернистской структурной ясности, а затем к символическому и кодированному характеру изображений. Отдельный акцент сделан на изменении роли иллюстрации: она переходит от функции визуального воспроизведения к средству культурной передачи. Через него транслируется не столько сам объект, сколько определённый образ жизни и ценностные ориентиры. Показано, что в условиях взаимодействия с рекламой и медиасредой визуальный язык Chanel сохраняет идентичность за счет повторяемости ключевых маркеров при одновременном усложнении выразительных средств. Современный этап характеризуется постмодернистской гибридность, интертекстуальностью и усилением роли композиционной паузы.

Abstract. The article explores the system development visual language of illustrative images of the Chanel fashion house within the framework of magazine graphics.

The brand is analyzed as a holistic sign system, where line, silhouette, composition, and emptiness form a stable model of visual meaning-making. The article traces the transition from early silhouette and laconic graphics, which reflect Coco Chanel's reformist aesthetic, to modernist structural clarity, and then to the symbolic and coded nature of the images. Special attention is given to the changing role of illustration: It moves from the function of visual reproduction to a means of cultural transmission. It is not so much the object itself that is broadcast, but rather a certain lifestyle and value orientations. It has been shown that in the context of interaction with advertising and the media environment, the visual language of Chanel maintains its identity through the repetition of key markers while simultaneously complicating its expressive means. The current stage is characterized by postmodernism.

Ключевые понятия: Chanel, модная иллюстрация, журнальная графика, визуальный язык, бренд как знак, модернизм, постмодернизм, символизация, композиция, силуэт, минимализм, визуальная культура, типографика, медиаобраз, эстетика моды.

Key concepts: Chanel, fashion illustration, magazine graphics, visual language, brand as a sign, modernism, postmodernism, symbolization, composition, silhouette, minimalism, visual culture, typography, media image, and fashion aesthetics.

Визуальный язык Chanel в пространстве журнальной графики представляет собой не просто часть истории модной иллюстрации, а показательную модель формирования устойчивой системы визуальных смыслов. Бренд в данном случае следует понимать не как объект визуального представления, но и как целостную систему знаков, обладающую собственным смысловым устройством. Линия, силуэт, работа с пустотой и

ритмом композиции формируют здесь особую систему координат, в рамках которой конструируются представления о современности, женственности и принадлежности к культурной элите. Ключевую роль в формировании данного визуального языка сыграла журнальная графика, которая наделила его способностью к трансформации в зависимости от изменений художественных и культурных контекстов и при этом сохраняла устойчивую узнаваемость образа, одновременно включая в себя новые выразительные приемы.

Рассматривая Chanel как визуальный феномен, важно отметить его изначальное формирование на пересечении моды и графического дизайна. Это во многом определило специфику его выразительных средств и коммуникативных механизмов. В основе визуальной идентичности лежит не избыточность, а строгая дисциплина формы: ограниченная цветовая гамма, четкость силуэта, выверенная композиция и почти архитектурная логика построения изображения. В журнальной среде эти качества проявляются особенно отчетливо, поскольку иллюстрация включена в сложную систему верстки, типографики и редакционного контекста. В этом отношении Chanel выступает как гибкая знаковая система, способная адаптироваться к различным форматам, не теряя символической целостности.

Исторически модная иллюстрация в журналах выполняла функцию посредника между материальным объектом и воображаемым пространством. Она не столько фиксировала одежду, сколько формировала образ желаемой реальности. Для Chanel этот принцип оказался определяющим: акцент смещался с демонстрации конкретного предмета на трансляцию определенного жизненного стиля — сдержанного, но внутренне свободного, минималистичного, но выразительного. Визуальный язык иллюстраций формировали принципы недосказанности: изображение не претендовало на полноту смысла, а подразумевало возможность его дальнейшего развития и интерпретации зрителем.

Ранний этап развития визуальной репрезентации Chanel связан с доминированием линии и силуэтной выразительности. В этот период иллюстрация не стремилась к натуралистической точности; напротив, ценность заключалась в способности минимальными средствами передать характер формы и социальную интонацию образа. Это соответствовало эстетической программе Коко Шанель, направленной на упрощение костюма и освобождение его от декоративной перегруженности. Лаконичная графика становилась визуальным эквивалентом этой реформы. [4, с 63]

В журнальных публикациях того времени образ Chanel формируется через вытянутый силуэт, плавный контур и четкое соотношение черного и белого. Деталь работает как знак, а не как материальная характеристика. Иллюстрация здесь не фиксирует ткань, а переводит ее в символический регистр. Благодаря этому Chanel органично вписывается в дискурс модной прессы, ориентированной на создание образов, а не на документальную фиксацию реальности.

К середине нашей эпохи визуальный язык Chanel в журнальной графике начинает отчетливо ориентироваться на принципы модернизма, приобретая более четкую формальную организацию и структурную выдержанность. Композиции становятся структурно упорядоченными, усиливается геометрическая организация, возрастает роль баланса и визуальной ясности. Линия утрачивает декоративность, пятно становится более уверенным, а сама иллюстрация начинает функционировать как элемент дизайнерской системы страницы. Эти изменения отражают более широкий контекст модернизма, в котором приоритет отдается функциональности и чистоте формы. [8, с 187]

В этой системе Chanel оказывается практически идеальным примером модернистской эстетики. Минимализм не переходит в холодную абстракцию, а строгость не исключает чувственности. Иллюстрация допускает различные степени условности, но сохраняет общую интонацию. Таким образом

очерчиваются пределы допустимой выразительности: количество визуальных средств должно быть достаточным, чтобы вызвать ассоциацию с роскошью, однако их чрезмерное использование приводит к утрате ощущения утонченности и изящества.

Со временем происходит переход от репрезентации к символизации. Chanel начинает функционировать в журнальной графике как самостоятельный визуальный знак. Иллюстрации больше не обязаны детально воспроизводить костюм — достаточно намек, ассоциации, композиционного жеста. Визуальный язык строится на системе сокращений, где отдельные элементы — жакет, жемчуг, цепочка, логотип — активируют целый культурный сценарий.

Этот сдвиг меняет саму природу модной иллюстрации. Она становится не столько изображением, сколько формой кодирования. Chanel в данном контексте интересен своей способностью сочетать лаконичность и высокую смысловую насыщенность: минимальный набор визуальных средств порождает сложную систему ассоциаций. [2, с 55]

Во второй половине нынешнего века журнальная графика все активнее взаимодействует с рекламной индустрией. В этих условиях Chanel начинает восприниматься как медиально сконструированный образ, подлежащий тиражированию. Иллюстрации становятся более декоративными и экспрессивными, однако сохраняют структурную дисциплину. Усиливается контраст, усложняется фактура, возрастает динамика композиции, но идентичность бренда остается устойчивой благодаря повторяемости ключевых визуальных маркеров.

Для этого периода характерно напряжение между уникальностью и воспроизводимостью. Образ должен оставаться исключительным, но при этом легко тиражироваться в печатной среде. Существенное значение приобретает взаимосвязь изображения и типографики: текстовые элементы интегрируются в общую визуальную композицию и становятся частью

единого ритмического структурирования страницы. В результате страница становится единым графическим высказыванием, где границы между иллюстрацией и дизайном размываются. [9, с 87]

Современный этап характеризуется постмодернистской многослойностью. Визуальный язык Chanel в журнальной графике приобретает гибридный характер: он может обращаться к архиву, цитировать исторические формы, сочетать ручную графику с цифровыми техниками. Иллюстрация становится пространством интерпретации, а не только репрезентации.

Chanel в этом контексте функционирует одновременно как символ традиции и объект актуального культурного анализа. Он может интерпретироваться как знак элитарности, как образ женской автономии или как иронически переосмысленный элемент массовой культуры. При базовые принципы сохраняют: ясность, лаконичность, работа с паузой и пространством. [8, с 72]

Особое значение приобретает использование пустоты. Свободное пространство усиливает выразительность изображения, создавая эффект визуального контроля и статуса. Композиции строятся на асимметрии, ритмических паузах и четкой иерархии элементов. Иллюстрация не стремится к насыщенности: напротив, ценится редкость жеста и точность высказывания.

Таким образом, эволюция визуального языка Chanel в журнальной графике демонстрирует переход от описательной модели к знаковой системе, а затем — к культурно закрепленному коду. На этапах своего развития сохраняется основная черта бренда — сдержанная элегантность, которая последовательно адаптируется к меняющимся условиям художественной и медиальной среды. В этом контексте Chanel функционирует не как модный дом, но и как институт формирования и воспроизводства визуальной культуры.

Его иллюстративные практики показывают, каким образом устойчивые визуальные символы формируются, трансформируются и закрепляются в коллективной памяти. Это делает его важным объектом исследования не только в рамках истории моды, но и в более широком поле визуальных исследований.

В общем смысле история Chanel показывает, что устойчивость модной визуальности определяется не отдельными репрезентациями, а совокупностью взаимосвязей между линией, пространством, знаком и стилистическим решением.

Именно эта система позволяет бренду сохранять актуальность, превращая моду в форму графической культуры и одновременно закрепляя ее в культурной памяти.

Список использованных источников

1. Аипова М.К., Джикия Л.А. Модная иллюстрация : учеб. пособие. — СПб. : СПбГУПТД, 2019. — 78 с.
3. Васильев А.А. Этюды о моде и стиле. — М. : Альпина, 2008. — 560 с.
4. Кипер А. [Kiper A.] Фешн-иллюстрация = Fashion illustration. — М. : Попурри, 2019. — 144 с.
5. Borrelli L. Fashion Illustration Now. — London : Thames & Hudson, 2003. — 176 с.
6. Borrelli L. Fashion Illustration Next. — London : Thames & Hudson, 2007. — 184 p.
7. Ginsburg M. An Introduction to Fashion Illustration. — London : V&A Publications, 1980. — 48 с.
8. Downton D. Masters of Fashion Illustration. — London : Laurence King, 2012. — 224 с.

9. Blackman K. 100 Years of Fashion Illustration. — London : Laurence King, 2007. — 256 с.
10. Watanabe N. Contemporary Fashion Illustration Techniques. — Beverly, MA : Rockport Publishers, 2009. — 125 с.
12. Васильев А.А. Chanel: история легендарного дома моды // Васильев А.А. Этюды о моде и стиле. — М. : Альпина, 2008. — 334с.
13. Chanel: Fashion Manifesto : exh. cat. — London : V&A Publications, 2019. — 174 с.