

## ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛАКАТА МОДЕРНА

**Проблема исследования художественно-образных и стилевых особенностей плаката как явления современного дизайна невозможна без изучения его исторических корней, именно в начале XX века определились его основные художественные и графические особенности, которые во многом повлияли на современную технологичную компьютерную графику и служат для последней эталоном, образцом, своеобразной вершиной графического дизайна.**

Рубеж XX – XXI характеризуется прорывом в компьютерную графику. Информационные цифровые технологии значительно расширили возможности для работы графических дизайнеров. Но несмотря на это, в нынешнюю эпоху в отсутствии главенствующего стиля художественных открытий при создании одного из самых массовых и популярных видов печатной графики – плаката не произошло. Поэтому сейчас, как никогда, актуально обращение к рубежу XIX – XX веков, когда проходило становление плаката и вырабатывались его основные художественно-образные и стилевые особенности.

Надо сказать, что первый иллюстративный плакат появился в 1830 г. и был вначале черно-белым. До 1860-х годов он оставался монохромным и почти не отличался от других видов иллюстраций и только в конце XIX века сформировался тот вид графики, который мы привыкли называть плакатом.

Само рождение плаката обусловлено новшествами в типографской промышленности. Техника литографии, изобретенная в 1796 году немецким литератором-любителем и типографом Алоизом Зенефельдером, открыла путь настоящему искусству плаката. Литография позволила репродуцировать изображение, нанесенное на каменную матрицу, покрытую чернилами. Тираж мог составлять несколько тысяч оттисков.

А многочисленные технологические инновации XIX века: изобретение литографического прессы, использование цвета в технике литографии – хромолитография – поднимают печать на высоту и как раз способствуют расцвету графической продукции. Необходимо обратить внимание на специфическое качество полиграфичности, которое при этом обретали плакаты, поэтому их создавали с учетом техники воспроизведения как в характере трактовки графической формы, так и в отношении цвета. То есть изначально, техника полиграфии диктовала форму плаката и его цветовое воплощение.

Расцвет плаката приходится на конец XIX – начало XX веков на период становления дизай-

на и расцвета стиля модерн. Это время, когда происходят важные процессы накопления и осмысления новых художественных идей, поиска форм, сближения различных видов и жанров искусства. На искусство модерна возлагались большие надежды после длительного периода эклектики и анархии стиля. Художники призваны были на «повороте столетий» [1], сломать все привычные границы. Модерн ознаменовал собой начало нового искусства и одновременно был «последней фазой искусства прошлого века... вздохом умирающего столетия» [2].

Плакат и модерн удивительно «подходили» друг другу [3]. Новые технические возможности литографии позволили использовать выразительные средства модерна с его энергичным обобщенным рисунком, плоским цветом и резко контрастными цветовыми соотношениями для широкого распространения афиши.

Общедоступность красоты оказывается лозунгом времени [4]. Проблема массовости искусства в модерне ставилась остро. Но не менее важной она была для плаката, развитие которого стимулировало приток творческих сил в незнакомую для большинства художников сферу. Издатель и собиратель плакатной графики И.Н. Кнебель писал: «Развитие художественного вкуса во всех произведениях промышленности вообще и сближение ее с чистым искусством естественно вызвали необходимость обратиться в этом вопросе к лучшим представителям искусства, которые с успехом начали работать на этом поприще» [5]. Художники были призваны преодолеть разрыв между художественным творчеством и массовым потребителем и тем самым, по словам Г.Ю. Стернина, «решительно изменить формы общественного бытования искусства» [6].

И художники идут в массовое художественное производство – охотно берутся за плакат, рекламу, разные виды оформительского искусства. Они расходуют свои высшие потенции на цели, которые в XIX веке никак не считали высокими. Их задачей становится художественная организация среды существования человека.

Художники модерна превратили простое сообщение о новом товаре или о каком-нибудь событии, например, театральном представлении, в настоящее произведение искусства. Они не боялись братья за создание такой недолговечной вещи, как плакат, который рекламировал не только выставку или спектакль, но и новый товар.

Конец XIX – начало XX века – это стремительное развитие промышленности и торговли, которое приводит к появлению крупных фирм, магазинов, а также новых товаров, о которых надо было сообщать покупателям. Торговые фирмы – заказчики требовали, чтобы плакат был доходчивым, понятным, представлял их продукцию с наилучшей стороны и мог заинтересовать покупателя. Вскоре плакаты раскрасили серые улицы и принесли искусство в будничную жизнь. «Искусство и Красота, – писал журнал «Арте графика», – смогут улыбнуться массам, для этих безымянных масс художественная реклама сможет время от времени создавать иллюзию краешка неба» [7].

Плакат чутко воспринял все эти требования и внес свою лепту в разработку универсальных принципов формообразования нового стиля.

Так, мгновенно и прочно вошла в графическую систему плаката знаменитая «линия Орта» (или «удар бича»), уподобленная змее, изогнувшейся в движении, которую Дмитрий Сарабьянов называет «исходной, формирующей стиль линией» [8]

Линия арт нуво (так во Франции называли модерн) является живой, пульсирующей линией, развивающейся силой, оживляющей неживое, и передающей энергию декорируемой поверхности. Часто эти линии напоминают танцующие, волнистые арабески, проникнутые органической энергией и жизненной силой растений [9]. Голландец Ян Тороп, создавая торговый плакат, рекламирующий знаменитый товар города Дельфа – масло для салата, превратил свой плакат в сплошной орнамент.

Плакат многим обязан новому стилю, прежде всего осознанием своей социальной и художественной специфики, резким обогащением собственного профессионального потенциала. Если воспользоваться выражением К.С. Петрова-Водкина, высказанном позднее, по поводу другого массового стилевого движения, плакат «ограмотился» [10] в русле модерна, сформулировал свои собственные эстетические и профессиональные критерии.

Надо сказать, что родоначальниками стиля модерн стали графики. Первый шаг в создании нового искусства был сделан англичанами – группой «Гильдия века», Артуром Макмердо, Уолтером Крейном, Селвином Имеджем, а затем эту идею подхватили парижские, бельгийские, венские и мюнхенские художники. Их объединяло общее неприятие отживших академических норм и попыток реанимировать их за счет возрождения старых стилей, им также представлялся тупиковым путь прерафаэлитов, усилия Дж. Рескина и У. Морриса по возрождению традиций средневекового ручного ремесла.

Они обратились не к прошлому искусства и не к будущему, которого еще не видели, а к природе. Отсюда «флореальное» течение искусства модерна, в котором копировались природные формы, прежде всего растительные, с подчеркиванием их динамики, движения, роста – линии вьющихся, волнистых растений: лилии, камыша, цикламенов, ирисов.

Если Англия выступила как зачинатель, то Франция оказалась в положении распространителя новых идей. Первые признаки арт нуво во Франции можно заметить опять же в графике – в плакате. Франция – страна плаката. Традиции публичной жизни определили особую роль этого вида искусства в художественной культуре Франции.

Первым мастером нового французского плаката стал Жюль Шере. После опытов в двухцветной литографической печати он усовершенствует процесс и с 1866 года начинает выпускать цветные плакаты. В его манере уже чувствуются первые признаки арт нуво. Постепенно плакат стал приобретать большую условность, линейную выразительность, декоративность, входя в рамки нового стиля. Жюль Шере, а вслед за ним и многочисленные другие графики Франции стали использовать плакат как рекламу разного рода товаров, а также как афишу различного рода театральных постановок, увеселительных мероприятий, балов, кафешантанов, маскарадов, выставок.

Плакат модерна, несомненно, создавался под влиянием эстампов японских мастеров, таких, как Хокусай, Утамаро, Хиросигэ. Стиль японской гравюры коренным образом отличается от западноевропейского рисунка. В японской графике цвет не моделирует объемную форму, а обозначают ее [7]. Причем цвет имеет символическое и декоративное значение. Специфика художественного языка японской гравюры на

дереве оказалась созвучной поискам европейских художников и оказала большое влияние на Шере, а позже на Тулуз-Лотрека. Сложение стиля Арт Нуво и, отчасти, Арт Деко проходило под влиянием японской графики [11].

К 1879 году относится плакат Шере «Жирань». Темпераментный танец, ставший впоследствии любимым мотивом живописи стиля модерн, здесь находит себе прямое оправдание в назначении плаката, рекламирующего эффектное мастерство танцоров Жиранов. Выразительность линии и пятна становится в плакате главным художественным средством, демонстрируя способность Шере выступить лидером нового стиля.

Именно Шере сформулировал основные принципы современного плаката – броскость (в первую очередь, за счет контрастных и ярких цветов), возможность воспринять изображение и текст «на ходу», лаконичность, концентрацию внимания на одной главной фигуре.

Работы Шере, как правило, собраны вокруг центрального ядра, обладают настоящим внутренним динамизмом композиции, подчеркиваемым удачной цветовой гаммой. Большие плакаты или афиши для большей выразительности он украшает тиснением, что выглядит оригинально и броско. Главным персонажем его композиций была женщина.

К поколению Шере относится и другой плакатист – Эжен Грассе, работавший одновременно и в иных видах искусства. У Грассе выработалась своя манера – он любит работать широким цветовым пятном, но контуры фигур и предметов в его композициях больше тяготеют к натуре и более точно воспроизводят ее. Эжен Грассе создает афиши с плавным рисунком в легких, полупрозрачных тонах, наподобие своих витражей. Как представитель флореального направления модерна, он использовал органические формы, вводил мотив стилизованного растения с вьющимися линиями. О нем говорили: «рисую свои цветочки, он никогда не расстается со скальпелем хирурга-ботаника».

Революционный шаг в искусстве плаката сделал французский художник Тулуз-Лотрек. Вслед за Шере он стал использовать цветную литографию для создания красочных уличных афиш, но Тулуз-Лотрек стремится максимально широко использовать специфические возможности плаката. Он проявляет умение достигать образной выразительности ограниченными средствами контурной линии и силуэта и создает свой особый язык плаката.

Свободный рисунок, необычные композиции, вкус к «японской» простоте сделали Тулуз-Лотрека мастером плаката. Его работы «В Мулен Руж», «Гюлю», где видна подвижная «японская» тень Валантена, и «Аристид Брюан в своем кабаре» – обе выполнены в 1891 году, стали сенсацией. Затем следует выдающаяся серия плакатов: «Аристид Брюан в «Амбассадер» (1892), «Японский диван» (1892), «Жан Авриль в «Жардан де Пари» (1893), «Revue Blanche» (1895), «Труппа мадемуазель Эглантин» (1896). Искусные динамичные планы и жесты сочетаются здесь с восхитительной цветовой гаммой, в которой противопоставляются оранжевый и синий, красный и черный.

В 1892-1899 годах Тулуз-Лотрек исполнил более 300 литографий. Он очень внимательно относился к фактуре камня, качеству бумаги, количеству отпечатков.

Среди всех парижских плакатистов лучшим представителем ар нуво с его пышными цветочными мотивами, завитками и арабесками был Альфонс Муха. В 1894 году в Париже началась деятельность этого художника, переехавшего в столицу Франции из Чехии. Он знакомится с Сарой Бернар и делает для актрисы знаменитые афиши, принесшие ему огромный успех, – «Жисмонда» (1894) и «Медея» (1898). Одновременно создает и другие афиши, в которых полностью отдается своему вкусу к спиралевидным линиям и сложным завиткам, – «Салон Ста» (1896), «Папиросная бумага Жоб» (1897), «Детское питание Нестле» (1898). Здесь появляются неистовые завитки распущенных волос, изобилие складок шелка, но порой – иератическая строгость: «Траппистин» (1898).

Муха сумел сделать плакат пышным и привлекательным, используя богатый фантастический орнамент и золотую краску, и достиг взаимодополняемости линейного рисунка и декоративного орнамента [12]. На его плакатах женские фигуры окружены переплетением испаномавританских мотивов и тканей, напоминающих японские ксилографии.

Самые разные художники (Боннар, Стейлен), работая в стиле ар нуво, сочетают этот японский ориентализм с чисто европейским стилем. Теофиль-Александр Стейлен приобрел известность как автор афиш, рекламы и политической графики, в которой в какой-то мере был продолжателем Домье. Свобода, фантазия и ирреальность, присущие декорации, позволили французскому художнику Пьеру Боннару

выбрать свой индивидуальный стиль. В афишах «Франс-Шампань» (1891) и «Ревю Бланш» (1894) он использует японские эстампы, черпая из них некоторые декоративные мотивы.

Совершенно иной стиль – но имевший такой же успех – избрал Анри Ван де Вельде в своей единственной попытке рекламной графике. Этот выдающийся мастер провозгласил знаменитый лозунг «Назад к природе», ставший одним из девизов нового стиля. Его плакат «Тропон», рекламирующий пищевой продукт, не делая уступки коммерческим требованиям иллюстративности, обращает на себя внимание исключительно благодаря строгости стиля: торговая марка помещена внутри необычайно эффектной абстрактной композиции.

Главная роль в английском модерне 90-х принадлежит Обри Бердсли. Он появляется в тот момент, когда искусство модерна достигает рафинированной утонченности и изысканного гротеска. Благодаря иронии Бердсли вырастает в крупного художника, журнального и книжного мастера, иллюстратора конца прошлого столетия.

Среди представителей немецкого модерна немало художников и графиков – Томас Хайне, Отто Экман, Петер Беренс. Их деятельность была радикальной и новаторской. Экман и Беренс возрождали цветную ксилографию. Хайне был одним из ведущих графиков журнала «Югенд». Экман выступает как прекрасный оформитель книг и журналов.

Большую роль в художественной жизни Австрии сыграл Венский сецессион, основанный в 1897 году. С этого времени Вена – один из международных центров модерна. На венский модерн сильное влияние оказало рациональное искусство, в частности Чарльза Макинтоша, выставки которого с успехом прошли в 1901 году в Вене. И с этого периода здесь развивается геометрическое направление модерна, о чем свидетельствуют плакаты Густава Климта и Коломана Мозера.

Чикагская школа дала одного видного графика – Ульяма Брэдди, который охотно воспринял опыт Бердсли и делал великолепные в роскошно флоральном стиле плакаты, всегда точно и органично решенные, декоративные и броские – «Велосипеды Виктор». «The Chap Book».

Встреча плаката и модерна в России была таким же знаменательным, «обоюдодовыгодным» явлением, как и в любой другой национальной художественной школе. Естественно, соприкосновение это имело и свою специфику. Русский

плакат внес свою лепту в развитие модерна в целом. Во всяком случае именно в России в ноябре 1897 года прошла «Первая международная выставка художественных афиш». Эта выставка в залах Общества поощрения художеств в Санкт-Петербурге сыграла большую, поистине определяющую роль в становлении русского плаката.

На следующий год выставка плакатов прошла в Москве, еще через год – в Киеве, причем состав каждый раз обновлялся, так что представление о европейском плакате у зрителей складывалось достаточно широкое. На первой выставке афиш европейский плакат был представлен ведущими национальными школами, причем весьма разнообразно: и работами первоклассных мастеров – А.Тулуз-Лотрека, Ж.Шере, Т.Стейлена, В.Брэдди, Э.Грассе, А.Муха, и продукцией средней руки.

На этом фоне российский раздел, представленный 28 произведениями (из 674, входящих в состав экспозиции), выглядел достаточно бедным.

В статье А.И.Сомова для Энциклопедического словаря Брокгауза и Эфрона, написанной сразу же после Первой выставки афиш, и опиравшейся непосредственно на ее материалы, так описывается европейский плакат: «Формы природы служат лишь предлогом для игры фантазии; женские волосы превращаются в орнаментальные завитки и извилины, цветы, деревья и животные приобретают небывалый, причудливый вид. Обращаясь столь же свободно и с красками, эти художники не затрудняются, например, оставлять иной раз лица мертвенно белыми или окрашивать их в бледно-зеленый или голубой тон, тогда как волосы получают ярко-красный цвет, а не то и позолоту» [13].

В рецензиях на выставку были оценены и средообразующие качества плаката, называя это искусство «живопись стен», «уличной светописьмой», подчеркивая, что афиша – «необходимый элемент современной улицы».

Большую роль в становлении плаката в России сыграли мирискусники.

Все крупные выставочные начинания мирискусников сопровождались художественными плакатами. Мастерами культурно-зрелищного плаката проявили себя Е.Е.Лансере, Л.С.Лансере, Л.С.Бакст, К.А.Сомов, М.В.Добужинский, И.Я.Билибин, С.В.Чехонин.

Плакат органично отвечал многим устремлениям мирискусников – как сугубо творческим, так и организационно-пропагандистским. Плакат предоставлял им массовую трибуну, с

которой мирискусники могли заниматься эстетическим просветительством, они также реализовывали свою тягу к ретроспективизму, используя свойственный им стилизм и графизм. Мирискусникам удалось не только поднять профессиональную культуру плаката в целом, но и существенно обогатить поэтику отдельных плакатных жанров. Например, плаката театрального, который именно они с их органичным и постоянным влечением к театру сделали ведущим в системе плакатных жанров начала века.

В отличие от мирискусников, московским графикам была свойственна большая импровизационность, живописность, в чисто пластическом плане своеобразная незавершенность формы, незамкнутость ее по отношению к среде [14].

Одно из высших достижений русского до-революционного плаката – это плакат В.А.Серова с изображением Анны Павловой, выполненный в 1909 году. Прекрасно ощущая воздушность и грациозность балетного танца и, передавая это ощущение зрителю, художник, делает акцент на индивидуальности артиста. Это «осерьезнивание» образа, непривычная психологическая нагрузка резко выделяют плакат

Серова в ряду даже первоклассных театральных плакатов его времени.

В целом российский плакат модерна, в его московской и петербургской ветвях, в сжатые сроки обрел творческую стабильность, сформулировал собственные эстетические и профессиональные критерии и, главное, осознал себя как явление культуры.

В 1912 году в залах Академии художеств во время работы Всероссийского съезда художников прошла выставка «Искусство в книге и плакате». Новая экспозиция продемонстрировала, что русский плакат модерна имеет свое национальное своеобразие – просветительская функция здесь стоит на первом месте.

Можно найти еще немало линий сближения плаката и модерна, основных и частных, но отметим главное: плакат во многом стал рупором модерна, сферой приложения его главных стилевых поисков. Подводя итоги взаимодействия плаката и модерна, следует отметить, что словосочетание «плакат модерна» со временем стало устойчивым и распространенным, а время становления и развития модерна называют – причем по отношению к различным национальным школам – «золотым веком» плакатной графики.

#### Список использованной литературы:

1. Русакова А. На повороте столетий. / «Искусство Ленинграда», 1991, №3, с. 49.
2. Горюнов В., Тубли М. Архитектура эпохи модерна. – СПб.: Стройиздат, 1992, с. 9.
3. Боровский Д.А. Плакат модерна. / В кн.: Музей 10. Художественные собрания СССР: Сборник статей. – М.: Советский художник, 1989, с. 116.
4. Сарабьянов Д.В. Модерн. – М.: Галарт, 2001, с. 20.
5. Каталог Первой международной выставки художественных афиш в Москве. 1898, с. 2.
6. Стернин Г.Ю. О модерне. / В кн.: Музей 10. Художественные собрания СССР: Сборник статей. – М.: Советский художник, 1989, с. 7.
7. История мирового искусства. – М.: БММ АО, 1998, с.543.
8. Сарабьянов Д.В. Ук. соч., с. 154.
9. Стерноу С. А. Арт Нуво. Дух прекрасной эпохи. – Минск.: Белфакс, 1997, с. 10.
10. Боровский Д.А. Ук. соч., с. 116.
11. Власов В.Г. Стили в искусстве. в 3-х т. Т.1. – СПб.: Кольна, 1996, с. 620.
12. Флорковская А.К. Модерн. – М.: ООО «Издательство «РОСМЭН-ПРЕСС», 2002, с.-53.
13. Энциклопедический словарь Брокгауза и Эфрона. – СПб., 1898, т. XXIII – А, с. 792.
14. Некрасова Е.Н. Неосуществленный замысел 1920-х годов создания «Symbolarium»а. / В кн.: Памятники культуры. Новые открытия. Ежегодник. 1982. – Л., 1984, с. 100-102.