

На правах рукописи

Монашерава Инна Эдуардовна

**ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ АФИШИ СТРАН
ЗАПАДА КОНЦА XIX — НАЧАЛА XX ВЕКОВ: ПРОБЛЕМЫ
СТИЛЕВОГО РАЗВИТИЯ**

Специальность 17.00.04

Изобразительное и декоративно-прикладное искусство и архитектура

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата искусствоведения

Москва - 2019

Диссертация выполнена на кафедре истории искусства и гуманитарных наук ФГБОУ ВО «Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г.Строганова»

Научный руководитель: кандидат искусствоведения, доцент кафедры истории искусств и гуманитарных наук ФГБОУ ВО «Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова»

Кошелев Георгий Константинович

Официальные доктор искусствоведения, профессор кафедры дизайна костюма ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)»

Макарова Татьяна Львовна

кандидат искусствоведения

Савицкая Анна Игоревна

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Московский государственный академический художественный институт им. В. И. Сурикова при Российской Академии художеств»

Защита состоится 28 июня 2019 года в 12 часов на заседании Диссертационного совета Д 212.152.01 на базе ФГБОУ ВО «Московская государственная художественно-промышленная академия имен С.Г. Строганова» по адресу: 125080, Москва, Волоколамское шоссе, д. 9, ауд. 228.

С диссертацией можно ознакомиться на сайте <http://www.mghpu.ru> и в научной библиотеке ФГБОУ ВО «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова».

Автореферат разослан мая 2019 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат философских наук

Н.Н. Ганцева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Актуальность исследования

Одной из характерных черт современного художественного процесса, как международного, так и российского, является системный пересмотр широкого спектра явлений искусства, в оценке которых долгое время существовал консенсус. Среди них, наряду с искусством викторианской Англии, французской салонной живописью второй половины XIX века, выступает и афиша конца XIX – начала XX веков. В последние годы на территории актуального искусства, в экспозиционных проектах крупных музеев и культурных фондов, в научной и критической литературе обозначился отчетливый рост интереса к афише рубежа XIX-XX веков и личностям ее авторов. Заметное повышение внимания к этому феномену имеет фоном обострившиеся в условиях стремительной глобализации, урбанизации и информационного перепроизводства культурно-исторические проблемы – отношения «высокого» и «массового» искусства», возможности взаимодействия различных культурных традиций, изменение коммуникативной функции произведения искусства. Восприятие наследия эпохи ар-нуво стремительно меняется с учетом опыта французской школы социологии искусства и основанного К. Гинзбургом и Д. Леви направления микроистории, что отражается уже в названиях важных выставок последних лет: “Тулуз-Лотрек и звезды Парижа» (Музей Изобразительных искусств Бостона, 2018), “Пин-апы: Тулуз-Лотрек и искусство знаменитостей”» (Королевская академия художеств Шотландии, Эдинбург, 2018-2019). Среди многочисленных музейных проектов, посвященных афише рубежа XIX-XX-веков и ее создателям, нужно также назвать представленную Городским музеем Брюсселя экспозицию «Афиши Прекрасной эпохи» (2018), предложившую масштабную обобщающую картину явления, где были отражены его периоды развития и влияние на современное искусство. Нельзя

не обратить внимание на возрастающее число выставок, посвященных персоналиям: «Тулуз-Лотрек иллюстрирует Belle époque» (Вашингтон, Коллекция Филлипс, 2017), «Недолговечный мир Тулуз-Лотрека» (Милан, Королевский дворец, 2018), «Тулуз-Лотрек и дух Монмартра» (Форум Каикса, Барселона, 2018). В октябре 2019 года усилиями музеев Оранжери, Орсе музея Тулуз-Лотрека в Альби и Объединения национальных музеев готовится ретроспектива Тулуз-Лотрека в парижском Гран Пале. В этом же году одним из важнейших событий мировой художественной жизни стало «Альфонс Муха» в Люксембургском музее, Париж, 2019 (выставке был посвящен специальный номер журнала «L'Objet d'Art».) Заметим, что в 2018 году проводилась его трехчастная выставка в болонском Палаццо Паллавичини под кураторством Томоко Сато, где были показаны более девяноста работ. Не остаются без внимания и другие мастера – так, в 2018 году Художественный музей Милуоки, открыл выставку «Рисуня Париж: плакаты Жюль Шере».

В российском искусстве также можно наблюдать отчетливый интерес к этой теме, что подтверждается выставками, проведенными в последнее время, в числе которых «Мастера французской афиши» (ГМИИ им. А.С. Пушкина, 2006), «Художники группы «Наби» и их современники. Печатная графика из собрания Государственного Эрмитажа» (2006), «Танец. К 100-летию «Русских сезонов С.П. Дягилева» (Санкт Петербург, Государственный Эрмитаж, 2009), «Французский плакат и декоративная графика конца XIX-начала XX веков» (Санкт Петербург, Государственный Эрмитаж, 2010), «Альфонс Муха. Декоративные панно, афиши, плакаты» (Саратовский государственный музей имени А.Н. Радищева, 2013), выставка литографий А. де Тулуз-Лотрека «Paris, Paris...» (Санкт Петербург, Арт-банк, 2016) и, наконец, «Афишемания» в ГМИИ им. А.С. Пушкина (2019).

Новая волна интереса к искусству ар-нуво – и, в частности, афише – захватила и целый ряд художников, заявивших о себе в начале XXI века.

Признанные мастера стрит-арта и печатной графики Шепард Фэйри и SWOON (Каледония Кэрри), французские представители «афишизма», влиятельные живописцы Питер Дойг, Саня Кантаровски, Райан Мосли свободно используют формальные приемы и заимствуют отдельные образы из афиш ар-нуво, наполняя их новыми смыслами и придавая им остросовременное звучание.

Таким образом, афиша рубежа XIX-XX века сегодня находится в фокусе пристального внимания музейных кураторов, практикующих художников и широкой зрительской аудитории. Предложенное в настоящей работе исследование этого значительного явления в искусстве может уточнить и обогатить картину мирового художественного процесса. В работе проясняется сложная сеть исторических влияний, обуславливающих творчество отдельных художников, школ и направлений, раскрывается социокультурный контекст, анализируется связь творческих экспериментов и научно-технической революции на примере нескольких поколений мастеров афиши, привлекается внимание к малоизвестным авторам и их произведениям. Тем самым создается сложная картина эволюции афиши ар-нуво и других направлений, способная представить интерес в равной мере для историков искусства, критиков и современных художников, стремящихся к познанию наследия прошлого и поиска в нем нераскрытых возможностей для дальнейшего научного и творческого развития.

Степень разработанности темы

Научная и критическая литература, посвященная истории литографии и непосредственно афиши, возникает одновременно с самим явлением и продолжает пополняться в настоящее время.

Опубликованные письма художников (А. Тулуз-Лотрека, В. Ван Гога, П. Боннара, А. Матисса) предоставили возможность наиболее полно ознакомиться с их биографией, их творческими исканиями, изучить эпоху.

Современные и периодические издания: «L'estampe et l'affiche», «L'Illustration. Journal universel», «Le Figaro», «La Plume», «La vie parisienne», «Ver Sacrum» заключают в себе не только весомый пласт критических статей, но и богатый иллюстративный материал. Критики-современники (Ч. Хайатт, Э. Мендрон, Л. Мейард, М. Талмейр, А. Александр. Г. Клеузиу, Дж. Барникоут) отмечали влияние японской гравюры на творчество художников афиши, а также роль Ж. Шере как одного из ее первопроходцев. Они не классифицировали в своих свидетельствах афиши по стилистическим принципам, рассматривая их в рамках творчества одного художника, или — более масштабно — в рамках страны. Дальнейшие исследования, посвященные литографии и искусству афиши в зарубежной историографии, приходится на вторую половину XX века. Возрождение интереса к этой форме искусства было, вероятно, связано с возобновлением возможности коллекционирования, а также с развитием графического дизайна.

В зарубежных исследованиях, начиная со второй половины XX века, многие авторы солидарны в причислении афиш к произведениям стиля ар-нуво, начиная с творчества Ж. Шере - М. Эрвин, К. Айвз, М. Галло, А. Вейл, Р. Баргьела-Гэрри и К. Загородски, Ф. Деннис Кейт, Г. Фахр-Бекер, В. Арвас. Ф. Меггс в «Краткой истории графического дизайна» в качестве основных художников афиши ар-нуво относит Ж. Шере и Э. Грассе, а Т. Стейнлена, Ж. Ориоля и Тулуз-Лотрека — к их последователям. А. Вейл в своей работе «Афиша. Всемирный обзор и история» прослеживает историю афиши по всему миру с момента ее зарождения до 1960-х гг. Разделяя афиши по географическому принципу, автор не выявляет их стилевые особенности внутри стран или в рамках творчества отдельно взятых художников. Первым художником ар-нуво во Франции он называет Э. Грассе. Напротив, А. Тулуз-Лотрек, по его мнению, не оказал прямого влияния на дальнейшее развитие французской афиши. В исследовании Р. Искин, «Афиша: искусство, реклама, дизайн и собирательство, 1860-1900-х гг.» автор отслеживает историю

развития искусства масс-медиа, приводит свидетельства и рассуждения современников о новой форме искусства. Так же, как в монографии В. Шварц «Визуальные реалии: Начало массовой культуры в Париже на рубеже веков» (1998) афиша рассматривается как инструмент рекламы, прошедший путь от непритязательного продукта массовой печати до произведения высокого искусства, предмета коллекционирования и академического изучения, но не обращаются к анализу ее формальных и стилистических принципов, не прослеживают ее влияние на современность.

Отечественная историография в рамках этой темы ограничивается преимущественно статьями и каталогами, посвященными литографии и искусству афиши. Немногочисленные характеристики явления отечественными исследователями показывают ясное представление отечественной науки о стилистическом генезисе афиши рубежа XX-XXI веков. Так, Е. Виноградова в статье «Альфонс Муха и чешский плакат», солидаризируясь с А. Вейлом и Г. Фахр-Бекер, отмечает, что А. Муха испытал влияние византийского искусства мозаики, а Я. Тугендхольд в статье «Афиша на Западе» относит творчество А. Мухи и Э. Грассе к «эстетскому» (имея в виду влиятельное на тот момент движение эстетизма), противопоставляя их работы «импрессионистическим» афишам Шере и его последователей А. Тулуз-Лотрека и Т. Стейнлена. Д.В. Сарабьянов в своей фундаментальной работе «Модерн. История стиля» рассматривал графику этого периода в рамках истории стиля модерн, отмечая большое влияние мифа символистов на его развитие (заметим, что Г. Фахр-Бекер также выделял декоративные мотивы французского и бельгийского символизма в ар-нуво), и рассматривал Ж. Шере в качестве лидера стиля, привнесшего в искусство афиши темы танца и молодости, излюбленные в искусстве модерна.

Предлагаемое исследование представляет первую в отечественной науке попытку обобщить и систематизировать обширный пласт материала, посвященного искусству афиши по тематическим и стилистическим

принципам, а также выявить те художественные принципы, которые оказали влияние на западноевропейскую и американскую афишу и журнальную графику.

Хронологические границы исследования соответствуют хронологии стиля ар-нуво (1890-1910), а также автор прослеживает влияние художественной традиции ар-нуво на афиши XX века.

Объектом исследования диссертации выступает творчество художников, обращавшихся к созданию афиш в странах Западной и Центральной Европы и США в конце XIX – начале XX века.

Предмет исследования. Предметом исследования является творческое наследие художников, работавших в области афиши ар-нуво XIX - начала XX века и их художественные особенности с привлечением европейской и американской афиши рассматриваемого периода для наиболее полного анализа.

Цель исследования: выявить и систематизировать периоды исторического развития афиши стран Запада конца XIX — начала XX века, определить стилевую и жанровую структуру искусства афиши, раскрыть специфику их образных и пластических решений, охарактеризовать роль и значение не только ведущих, но и второстепенных мастеров, выявить малоизвестные произведения и факты из истории западной афиши, определить локальные центры и отдельные школы, показать влияние афиши конца XIX — начала XX века на мировое искусство и дизайн.

Задачи исследования:

– проанализировать истоки формирования художественной афиши, ее становление и художественную эволюцию во Франции рассматриваемого периода

– показать решающее влияние французской афиши конца XIX — начала XX веков на западноевропейскую, центральноевропейскую и американскую графику XX века

– определить художественные и стилевые особенности, характеризующие афишу Франции XIX — начала XX века и роль локальных центров и отдельных школ в формировании данного явления

– выявить судьбу и многообразие национальных художественных традиций ар-нуво в истории печатной графики и графического дизайна XX века

Источниковая база исследования

Источниковую базу исследования составляет обширный корпус архивных материалов Национальной библиотеки Франции и обширный электронный архив, объединяющий фонды крупнейших мировых библиотек <https://archive.org>. Кроме того, важным источником стали опубликованные письма, дневники и воспоминания художников той поры и их современников. В качестве изобразительного материала привлекались коллекции европейских и американских собраний: музея Орсэ, Музея афиши в Париже, Государственного музея изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, Государственного Эрмитажа, а также Саратовского Государственного художественного музея им. А.Н. Радищева, Российской Государственной библиотеки, Российской государственной библиотеки искусств, коллекции Национальной библиотеки Франции и музея Ван Гога в Амстердаме, Метрополитен-музея в Нью-Йорке. Помимо того, важные архивные источники и редкие малоизвестные произведения предоставлены Музеем изящных искусств им. Ж. Шере в Ницце, Музеем А. Тулуз-Лотрека в Альби, Музеем А. Мухи в Праге, музеем О.Кокошки в Праге.

Методология исследования

Методология исследования сочетает в себе несколько различных подходов: формально-стилевой метод позволил выявить и отразить основные композиционные, колористические и орнаментальные мотивы, характерные для отдельных ключевых художников афиши, для отдельно взятой страны, а также для стиля ар-нуво в целом, ставшие впоследствии отличительными чертами этого интернационального стиля; историко-культурный метод дал возможность проследить этапы возникновения и становления афиши, ее развитие, ее влияние и роль в рамках переломного в историческом и художественном смысле рубежа XIX-XX веков; посредством иконографического метода удалось выявить сквозные мотивы и образы, характерные для стиля ар-нуво и художественной культуры символизма, в западноевропейской и американской афише, а также на протяжении всего XX века; социологический метод, нередко используемый в искусствознании, позволил определить предпосылки для возникновения афиши и роста ее распространения в условиях развития промышленности, необходимости продвижения продукта и нового типа взаимодействия художника с рынком.

Научная новизна. Научная новизна представляемого исследования заключается в новой систематизации и периодизации обширного материала нескольких стран. Впервые предпринят всесторонний анализ пластических и образных решений французской афиши рубежа XIX — начала XX веков. Невзирая на ряд работ и статей, посвященных истории афиши, а также монографий, в которых упоминаются афиши в рамках творчества отдельных художников, диссертация является первым монографическим исследованием в российской науке, которое рассматривает искусство афиши в комплексной системе социокультурных, экономических и творческих связей. Кроме того, в тексте отражен до сих пор почти не привлекавший специалистов вопрос стилиевой эволюции афиши стран Запада от ар-нуво к ар-деко, исследуется феномен возрождения приемов А. Тулуз-Лотрека и А. Мухи в графическом

дизайне 1960-х годов, их влияние на актуальный художественный процесс, что позволяет преодолеть господствовавший долгое время исторический герметизм в характеристике явления. В отечественном искусствознании впервые рассматривается творчество бельгийских художников афиши, таких как Л. Дарден, В. Минье, А. Минье, Г. Комбаз, Г. Ришира, Э. Берхман, О. Донне; испанских - Х. Л. Пелисер, Фр. Сидона, итальянских - Дж. Маталони, А. Вилла. Также вводится в научный оборот значительное число малоизвестных произведений.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что были выявлены и охарактеризованы основные этапы стилевой эволюции западной афиши конца XIX — начала XX вв., собран, систематизирован и проанализирован большой пласт малоизученного изобразительного материала, дана объективная научная оценка влиянию афиши ар-нуво и ее мастеров на изобразительное искусство и дизайн XX – XXI века.

Практическая значимость работы заключается в возможности ее использования в качестве учебно-методического материала при изучении западного искусства XIX – XX веков, при формировании отделов графики в музейных собраниях, в подготовке тематических экспозиций по искусству указанного периода. Характеристика европейской и американской афиши периода может быть использована в лекционных курсах по истории искусства XX века, послужить теоретической основой при атрибуции и реставрации графических произведений. Кроме того, обширный комплекс изобразительных источников, собранных нами, может стать внушительной базой для изучения и развития творчества современных дизайнеров.

Положения, выносимые на защиту:

- Во французской афише конца XIX - начала XX века был разработан комплекс формально-стилевых и образных решений, который оказал всестороннее влияние на развитие европейской и американской афиши конца

XIX-начала XX века. Наибольшую роль в этом сыграло графическое наследие Ж. Шере, А. Тулуз-Лотрека, Т. Стейнлена, Э. Грассе и А. Мухи, чьи работы участвовали в получивших широкий международный резонанс современных выставках, массово тиражировались, обсуждались в печати и становились объектами коллекционирования.

- В Париже 1880-х – 1890-х годов впервые в истории образцы прикладной графики оказались в статусе самостоятельных произведений искусства, определяющих актуальный художественный процесс. Бурный промышленный рост и развитие демократического общества обеспечили ту социально-экономическую базу, на которой возникает современная рекламная индустрия, основным инструментом которой стала художественная афиша. Ее пионером выступил Ж. Шере, а впоследствии к ней обратились и другие передовые художники эпохи, многие из которых рассматривали афишу не только как средство для заработка, но и как новую территорию художественных экспериментов. Творчество Ж. Шере, А. Тулуз-Лотрека и А. Мухи представляется наиболее значимым с художественной точки зрения, поскольку именно они разработали наиболее влиятельные концепции для этого вида искусства. Современные им художники применяли их искания в своей живописи (так, ранний П. Пикассо вдохновлялся работами А. Тулуз-Лотрека).

- Основные художественные принципы европейской и американской афиши конца XIX - начала XX века были сформированы в соответствии с ее рекламным предназначением. Таким образом, афиша, будучи уличным искусством, должна была мгновенно восприниматься зрителем с большого расстояния, и профессиональные приемы успешных художников жанра были приспособлены к этой цели: например, А. Тулуз-Лотрек использовал графические знаки и символы для упрощения зрительного восприятия. В целом, афишу характеризовали лаконичные композиции, броские,

запоминающиеся образы, контрастные цветовые сочетания, выразительная простота рисунка, и легко читаемый в большей части произведений текст.

- Французская афиша конца XIX - начала XX века стала отправным пунктом в формировании киноафиши первой половины XX века и современной афиши. Концепции, разработанные французскими художниками рассматриваемого периода, нашли свое применение и модифицировались в искусстве и графическом дизайне XX-XXI веков. Так, фотографическое воспроизведение кульминационных сцен из фильмов и постановок в рекламной продукции берет свои истоки в произведениях Т. Стейнлена и А. Тулуз-Лотрека, которые предпочитали изображение эффектных кульминационных сцен в афишах, анонсирующих театральные постановки и литературные новинки. Подход А. Мухи, предпочитавшего решать композицию афиши как стилизованный парадный портрет (яркий пример тому – афиши, исполненные по заказу С. Бернар), также широко используется сегодня.

- Французская афиша рубежа XIX-XX оказала глобальное влияние на формирование нового эстетического вкуса и нового идеала красоты данного периода, сформировав основу для современных технологий создания медийного образа.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования изложены в 7 публикациях, 4 из которых помещены в изданиях, входящих в перечень ведущих рецензируемых научных журналов, рекомендованных ВАК Минобрнауки России, отражены в докладе, представленном на научно-практической конференции «Синтез искусств в пространстве жизни», а также неоднократно обсуждались на заседаниях кафедры «Истории искусства и гуманитарных наук» МГХПА имени С.Г. Строганова.

Структура работы

Диссертационная работа состоит из четырех глав, введения, заключения и библиографии. Иллюстрации к работе объединены в отдельный том.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается выбор темы диссертационного исследования, ее актуальность, рассматривается история изучения вопроса, формулируются цель и задачи исследования, определяются методы исследования, а также основные положения, выносимые на защиту и структура диссертации.

Глава 1. Зарождение искусства афиши во Франции в творчестве ведущих мастеров конца XIX — начала XX века

В разделе **1.1 Становление французской литографии** прослеживается история зарождения афиши и ее расцвета в конце XIX века во Франции. Особую роль в ее развитии сыграло изобретение И.А. Зенефельдером литографии, которая, благодаря простоте метода, давала возможность художнику работать самостоятельно и отражала все разнообразие доступных графических эффектов, значительно увеличивала тираж произведения, в отличие от других техник печатной графики. Рост промышленности также способствовал развитию рекламы, и афиша стала ее основным инструментом. Возникли крупные печатные компании (Дюфайель, Боннар-Бидо, Всемирное общество афиширования, Рише и Сье, Моррис, типографии Ками, Пишо и Ше), и ведущие художники эпохи работали для них на договорной основе - А. Муха для Ж. Р. Лемерсье, для П. Веркассона – Л. Капьялло. Современными критиками (Ж.К. Гюисмансом, Р. Марксом, А. Меллеро, Л. Мендром, А. Беральди) отмечалось выдающиеся художественные качества новой афиши, которая впервые стала

восприниматься как самоценное произведение искусства, что также стимулировало интерес коллекционеров к ней.

В разделе **1.2. Перестройка Парижа и новые формы общественных развлечений как импульс для развития афиши на рубеже XIX — XX веков** выявлена значительная роль в расцвете искусства афиши перестройки Парижа — «османизации» (1853-1870), в результате которой расширились бульвары, а вдоль них были выстроены универмаги, гранд-отели и развлекательные заведения, нуждающиеся в рекламе. Наиболее ярко этот процесс характеризовало сотрудничество Музея Гревена с Ж. Шере, который стал впоследствии президентом и художественным директором музея, создал афиши и занавес для музейного театра и чьи работы печатались в виде недорогих копий для продажи посетителям.

Также уточняется характер и степень влияния японского искусства укие-э - «картин плывущего мира» (период Токугава (1603-1867) на искусство 1890-1900-х гг. и афишу в частности (в творчестве известных художников времени Х. Миронобу, О. Масанобу, С. Харунобу, К. Утамаро, К. Хокусаи), где получили отражение сюжеты театральных постановок Кабуки, образы известных куртизанок, а также эротические сюжеты, и к которым активно обращались французские художники рассматриваемого периода (в первую очередь, набиды, тогда как Лотрек заимствовал остроту портретных характеристик, экспрессию и интерес к мимике персонажа, а другая группа художников в лице Ж. Шере, Э. Грассе, А. Мухи и их последователей брали за основу синтез средневекового искусства и современных направлений. Европейские и американские художники изучаемого периода рассматривали японское искусство сквозь призму французского.

Предметом исследования раздела **1.3. Афиша Тулуз-Лотрека как отправная точка для развития ар-нуво** становится этот пласт его творчества, который, невзирая на относительно небольшое количество работ

(около 30), оказал значительное влияние на развитие афиши в целом, а также журнальную иллюстрацию.

Ученик Л. Бонна и Ф. Кормона, он тяготел к импрессионизму и постимпрессионизму, ориентируясь на творчество Э. Дега, В. Ван Гога и японских мастеров традиционной гравюры - в особенности выявлено влияние Т. Сяраку (1763-1820) - мастера при театре Кабуки, изображавшего актера как яркую индивидуальность, обладающую не только очевидными достоинствами, но и неприглядными качествами характера, нередко прибегая к гротеску. Из японских эстампов почерпнуты приемы для изображения мимического движения, танца, словно запечатленного на камеру, и особой выразительности жеста («Группа Мадемуазель Эглантин», 1896). Эти же факторы определяли его выбор танцевальных залов, кафе и борделей Монмартра в качестве мест для его наблюдений, где он создавал характерные наброски лиц и движений артистов и использовал для эффектности изображений яркое освещение сцены и точку зрения снизу. Для его афиш характерны смелые лаконичные композиции, яркие плоские цветовые пятна, заполняющие контуры, особая выразительность линии, приемы кадрирования и эффектные ракурсы персонажей («Мулен Руж» [1891], «Аристид Брюан в Амбассадор» [1892]), меткая портретная характеристика героев («Диван Жапоне» [1892]). Для афиш - анонсов литературных новинок («Повешенный» [1892], «Королева радости» [1892], «У подножия эшафота» [1893], «Немецкий Вавилон» [1895]) он создавал изображения кульминационных сцен из произведений. В коммерческой рекламе художник прибегал к острохарактерным персонажам («Цепь Симпсона» [1896]), символам и цветовым акцентам («Конфетти» [1894]) и даже сатире («Пляс Пигаль» [1896]). Художник выработывал к каждому жанру афиши индивидуальный подход, не повторяясь, а также смог вывести афишу на уровень монументального искусства, добившись того, что изображение и

надпись воспринимались быстро и были направлены на мгновенное считывание информации.

В разделе **1.4. Творчество Жюль Шере - «отца современной афиши» и его последователей** определяется его важная роль в становлении французской афиши. В работах Шере (1836-1932) его современник Э. Мендрон отмечал влияние А. Ватто, Ж.-О. Фрагонара, Дж. Б. Тьеполо и Ф. Гойи. Ж. Шере отразил работу основных принципов успешной рекламы – она должна быть броской, лаконичной и способной заинтересовать зрителя. Таким образом, создавая афиши к выступлениям в Мулен Руж, Фоли Бержер или Парижском казино или рекламируя товар (сигареты «Джоб», лампы «Саксолейн» или жидкости «Бото»), он отражал атмосферу городского веселья, используя эффектные многофигурные композиции и преимущественно женские образы, впоследствии активно воспроизводившиеся в афишах ар-нуво. Для его работ характерны тонкий рисунок, зачастую не проработанный фон с целью выявить героев из вихря цветowych пятен. Текст придает работам динамичный характер (туалетная вода «Рафаэль» (1877), «Мятный ликер» (1899), а композиции зачастую оказываются не столь четко проработанными, как можно видеть у Лотрека.

Именно Шере внес художественные черты в коммерческие афиши и отразил возможности экспериментов для своих младших современников. В качестве его последователей рассмотрено творчество таких художников как Ж. Палеолог (Паль), А. Шубрака и Ж.-А. Грюна, перенявших основные стилистические приемы мастера — парящие кокетливые образы, гармоничное сочетание цветов, зрелищность композиции.

В разделе **1.5. Деятельность графиков-реалистов Франции конца XIX — начала XX века** в качестве второй группы художников, чьи работы также представляют интерес для исследования художественной ситуации в Париже рубежа веков, рассматриваются представители разных художественных направлений, обратившиеся к жанру афиши, большая часть

из которых была близка к реализму и испытала влияние работ французского художника-графика и карикатуриста О. Домье. А. Вилетт и Ж. Л. Форен, член группы «Наби» А.-Г. Ибель, Л. Анкетен, А. Гийом, Л. Метиве, М.Б. Монвель сотрудничали с периодическими изданиями, выпускавшими оригинальные эстампы - «L'estampe originale», «Etudes de femmes», «L'estampe moderne», и в основном их афиши создавались в качестве рекламы к художественным выставкам и театральным представлениям. Они создавали оригинальные композиции, не повторяясь в замыслах. Ранние работы швейцарского художника Т. Стейнлена отмечены влиянием Лотрека, впоследствии именно он ввел новые образы в искусство афиши— детей и кошек, которые порой становились центральными в рекламе коммерческих продуктов («Стерилизованное молоко из Венжана», 1894) или анонсе мероприятий (афиша к выставке Стейнлена в «Бодиньер», 1894). Он также тяготел к лаконичным и статичным композициям, со временем его рисунок стал отходить от влияния японского эстампа и к 1905 году («Реклама ветеринарной клиники «Шерон») он обращается к типичным женским образам периода ар-нуво.

В качестве переходного этапа для французской афиши ар-нуво, оказавшего влияние на творчество художников-графиков ар-деко рассматриваются рекламные афиши итальянского графика Л. Капелло, в которых он отходит от наглядных образов А. Тулуз-Лотрека («Фру-фру» [1899], «Мелечи» [1904]) и обращается к системе зрительных ассоциаций: на черном фоне выступают яркие изображения во взаимодействии с текстом — названием продукта, а образы, привлеченные для рекламы, не всегда напрямую связаны с продуктом: (абсент «Эдуарда Перно» [1900], средство от бронхита «Катабексин, [1902], аперитив «Maugin Quina», [1906].

В результате проведенного анализа в первой главе определяется художественное своеобразие творчества Тулуз-Лотрека на фоне его старших

современников (Шере), а также Т. Стейнлена, А. Вилетта, А. Шубрака, Л. Анкетена, А. Г. Ибея и др., заимствовавших некоторые черты его художественного языка или конкретные композиционные приемы в тех или иных афишах, но их художественные приемы соответствовали духу времени, больше следовали вкусовым предпочтениям эпохи и публики, рассматривая рекламу как средство привлечения внимания зрителя и способ заработать. Они едины в своем восприятии реальности, времени, манере изображения, варьируя героев и объекты рекламы, в то время как основной способностью А. Тулуз-Лотрека было выражение авторского взгляда на мир и готовность к смелым пластическим экспериментам.

Глава II. Метафизика обыденности: движение к символизму

Во второй главе анализируется творчество французских художников-графиков, чьи афиши совмещали декоративность ар-нуво и образную остроту символизма (члены группы «Наби»), а также были ярчайшими и влиятельнейшими представителями символизма как художественного направления — Ж. Де Фер, Э. Каррьер.

Символизм изначально возник в качестве литературного направления, которое, заручившись идеологией, сформированной такими яркими его представителями как А. Рембо, П. Верлен, С. Малларме и М. Метерлинк, впоследствии получило отражение в изобразительном искусстве, оказав также существенное влияние на искусство ар-нуво. Органично объединяло в себе идейные искания символизма и декоративные свойства ар-нуво творчество художников группы «Наби», которые также обращались к искусству афиши.

В разделе **2.1. Афиша в творчестве членов группы «Наби»** проведен анализ работ, в первую очередь, П. Боннара, вдохновением для которого служили произведения П. Гогена, Ж. Сера и О. Редона, гравюры укие-э, а также на ранних этапах творчества – Ван Гога. Его первая афиша для рекламы «Французского шампанского» (1889) так же, как и афиши в

творчестве А. Тулуз-Лотрека, становится ключевой для ее типологии: он, как и Шере, использует привлекательный женский образ, но отказывается от повествования, создавая емкую графическую композицию. Его работы «Ларевю бланш» (1894), «Эстамп и афиша» (1897) и «Цветная литография» (1896) также характеризуются стилизованными изображениями, прихотливыми линиями, динамичным ритмом. Яркие цвета и линейная стилизация отличали афиши М. Дени («Депеша Тулузы» [1892]).

В разделе 2.2. Эстетика символизма в работах Ж. Де Фера выявляется и анализируется группа работ, представляющих обозначенное направление в творчестве художника. Если в начале своей карьеры де Фер испытал влияние афиш Ж. Шере, создавая яркие и красочные композиции («Фонти» [1890], «Маржолен» [1896] для кафе-шантанов, то впоследствии он стал обращаться к образному миру символизма — изображая тип «роковой женщины», вдохновленный сборником стихов Ш. Бодлера «Цветы зла». Сумрачные насыщенные цвета, крупный план, агрессивные профильные изображения и непроработанный фон («Парижский Альманах» [1894], «В приятелях с дьяволом в теле [1893], «Афиши и эстампы Пьерфор [1898] благодаря которым он отражает внутреннее состояние персонажей — основные черты, которыми отмечены его графические работы. В афише Э. Карьера к выставке О. Родена (1900), невзирая на его обучение в литографской мастерской Ж. Шере, не просматривается влияние учителя. Каррьер, как последовательный символист, стирает грань между графикой и живописью, смело смешивая технические приемы и приемы художественной выразительности.

Художественная жизнь Франции конца XIX века отмечена разнообразием стилистических поисков и направлений, зачастую тесно связанных между собой. Большая часть известных мастеров рубежа веков обращалась к литографии и работала в жанре афиши, сформировав ее основную типологию и выработав стилистику, получившую дальнейшее

развитие в начале XX века, которая вобрала в себя черты, свойственные искусству ар-нуво – линейной и цветовой стилизации, орнаментального изобилия, изящества и модной привлекательности женских и детских образов.

Глава 3. Альфонс Муха: новый язык коммерческой афиши

Третья глава диссертации посвящена исследованию французской афиши ар-нуво: от произведений ее идейного вдохновителя Э. Грассе до расцвета направления в творчестве А. Мухи.

В разделе **3.1. Проблематика стиля ар-нуво. История возникновения** дается определение стилю, зародившемуся в 1880-х годах и просуществовавшему до начала Первой мировой войны, национальные названия которого сформировались благодаря магазинам, журналам, выставочным объединениям и даже мебельным производствам: в США – «тиффани» по имени Л.К. Тиффани, в Германии – «югендштиль» по названию вышедшего в 1896 году иллюстрированного журнала, в Италии – «либерти», в Австрии «сецессион», в Испании «модернизмо», а в России «модерн». Его основная идеология – стать единым синтетическим стилем, в рамках которого было бы возможно создавать практически все предметы, необходимые для повседневной жизни человека. Это дало импульс развитию дизайна интерьеров и декоративного искусства, а также печатной графики.

Наибольшее влияние на искусство ар-нуво оказало японское искусство, постимпрессионизм и символизм, а его прямыми предшественниками считаются прерафаэлиты и представители «Движения искусств и ремесел». В частности, У. Моррис тоже воплощал свои творческие замыслы не только в изобразительном искусстве, но и в дизайне, и предпочитал растительные мотивы в качестве декоративного элемента. Важные компоненты стиля были почерпнуты не в классической античности, но в архаической и средневековой культурах, вновь открытых человечеством именно в этот период – древнегреческой, древнеегипетской, ассирийской, вавилонской, византийской

– основные стилистические принципы которых органично переосмысливались на основе развития новых технических и художественных возможностей рубежа веков.

В разделе **3.2. Первые афиши ар-нуво в творчестве Эжена Грассе** определяется ведущая роль швейцарского художника в зарождении дизайна и афиши ар-нуво во Франции. Почерпнув стилизованные женские образы, обильную растительную орнаментацию из прерафаэлизма («Салон Ста» [1897], «Ларусс» [1897], «Сюзи Дегез» [1905]), он, обогатив рисунок плавными текучими линиями, выразительными цветными силуэтами, что было характерно для японских эстампов и работ А. Тулуз-Лотрека (а также любовь к крупной форме и отсутствие мелких деталей), развивался в рамках ар-нуво.

Раздел **3.3. Творчество Поля Бертоне** посвящен выявлению аналогий в его наследии с работами его учителя Э. Грассе, чье влияние особенно очевидно в афише «Салон Ста» (1897), которая почти повторяет «Салона Ста» Э. Грассе (1894): тот же ракурс изображения, укрупненный женский образ, растительные элементы, но за счет наряда и украшений художник вписывает ее в контекст эпохи в отличие от вневременных, уподобленных средневековой стилистике, девушек Э. Грассе. В своих следующих работах («Эрмитаж» [1897], «Санта Мария дель Фьор», «Уроки скрипки» [1898]) он воплощает собирательные женские образы, вдохновленные Э. Грассе и А. Мухой, его изображения всегда характеризуются вниманием к окружению, пейзажному фону, многочисленными тщательной разработкой растительного орнамента.

В разделе **3.4. Работы Мануэля Ораци** выявляется, что итальянский художник М. Ораци раньше А. Мухи прибегнул к использованию византийских мотивов в афише «Теодора» (1884), привнеся золотой цвет и византийскую мозаику в изображение. Его творчество отмечено разнообразием в выборе композиций — от воспроизведения кружащегося в

вихре танца силуэта танцовщицы Л. Фуллер (1900) до рекламы курорта Контрексвиль (1905), смелой колористической гаммой.

Раздел **3.5. Художественное своеобразие афиш Альфонса Мухи** определяет характер А. Мухи как художника-графика. Хотя его сфера деятельности не ограничивалась афишей, а включала в себя создание меню, книжной и журнальной графики, календарей, декоративных панно, станковых картин, ювелирных украшений, именно афиша с наибольшей наглядностью демонстрирует его манеру.

Его декоративный стиль сформировался с первой театральной афиши «Жисмонда», выполненной по заказу С. Бернар (1894) для театра «Ренессанс»: удлинённый, вертикальный формат листа, передача цвета посредством разложения его на drobные мозаичные элементы, динамичная извилистая линия, закручивающаяся в спирали и орнаментальные паттерны, статичные образы, преимущественно женские; выраженная стилизация изображения, использования символических деталей (для женских образов – цветы, что являлось характерной чертой модерна, для мужских – оружие («Лоренцаччо» [1896], «Гамлет» [1899]), сдержанная пастельная гамма, обогащённая золотым и белым, согласование шрифта с общей стилистикой изображения (надпись на иврите на афише «Самаритянка» [1897]). Те же художественные принципы отличают и другие коммерческие работы А. Мухи («Джоб» [1896], «Моег» [1899]).

В своем творчестве А. Муха, воплотив основные черты, свойственные искусству модерна и обогатив их собственными художественными приемами, сумел выработать новый язык коммерческой афиши, что сделало его одним из наиболее ярких представителей эпохи. Он не имел серьезных последователей, но сумел оказать влияние на творчество своих современников не только во Франции, но и Европы и США.

Глава 4. Закат Belle Époque: массовизация индустриального производства и художественная эволюция афиши в годы Первой

мировой войны.

Четвертая глава представляет собой анализ развития афиши периода рубежа XIX-XX вв. в Западной Европе - Бельгии, Англии, Испании, Италии, Голландии, Германии, Австро-Венгрии и США с целью выявления влияния французской афиши на местные графические школы, а также определения черт национального графического искусства.

В разделе **4.1 Зарождение афиши в Европе и США** определяются предпосылки для распространения новой формы искусства по всему миру: в первую очередь, ее свойство совмещения коммерческой составляющей с художественной, во вторую – миграция европейских и американских художников в Париж и ориентация на французскую моду, а также мощная поддержка от коллекционеров, журналов, приглашавших художников для создания иллюстраций и афиш («Скрибнер», «Липпинкотт», «Сенчери» в США; «Пан», «Югенд», «Симплициссимус» в Германии, «Эмпориум» в Италии, «Лус», «Пель», «Плома» в Испании, «Вер Сакрум» в Австро-Венгрии), диссидентов академизма, и проведение выставок афиши в странах Европы и США. Несмотря на некоторые заимствования, в каждой отдельной стране и творчестве ряда художников отражался особый подход к творческим задачам и функциональному применению афиш, а также проявлялись национальные черты, которые отражались и на художественном языке: во Франции они были преимущественно предназначены для рекламы выступления звезд кафе-шантанов, театральных постановок, художественных салонов и алкогольной продукции, в Италии подавляющая часть афиш была посвящена опере и модным магазинам, в Германии — журналам и ярмаркам, в Испании — корриде и народным празднествам, в Англии и Америке — модным журналам и литературным новинкам.

В разделе **4.2 Бельгийская афиша: в орбите французского влияния** выявляется ориентированность бельгийских художников (во многом вследствие географической близости и выставки 1889 года, на которой у

передовых художников страны - группы «ХХ», впоследствии «Либре эстетик» - появилась возможность ознакомиться с творчеством Ж. Шере) на французское искусство афиши. Бельгия, ставшая перекрестком европейских культурных течений, была представлена двумя художественными центрами, в первом из которых - в Брюссели работали такие художники как В. Миньо, отражавший влияние японского графического искусства в плавных текучих линиях, вытянутых силуэтах, плоских цветовых пятнах («Рекор» [1897], «Леон Ман» [1898]), Шампанское «Бертон» [1896]); а также художник-символист А.П. Ливемон, внесший в свое творчество афиши черты ар-нуво - для его работ характерны тщательная проработка рисунка, причудливые линии, пристрастие к стилизованным женским образам, богатая и кропотливая орнаментация, что роднит их с афишами А. Мухи. Также он использует в композиции дублирование фигур по принципу сграффито для придания объема и насыщенную цветовую гамму для зрелищности («Абсент Робетт» [1897], кофе «Раджа» [1899]).

Во втором художественном центре Бельгии — Льеже — в работах А. Рассенфоса, Э. Берхмана для анонсов выставок (А. Рассенфос «Салон Ста» [1896]) и рекламы товаров (Э. Берхман «Используйте только Старлайт Савон» [1896]), заметно влияние творчества Ж. Шере и группы «Наби». А в работах символиста К. Монтальда, в отличие от работ французского символиста Ж. де Фера, преобладали статичные композиции («Выставка Восточной Фландрии [1899]) и не использовался образ *femme fatale*.

В разделе **4.3 Английская афиша под влиянием французской афиши ар-нуво** как один из важнейших графиков, вдохновлявшихся японским эстампом и работами А. Тулуз-Лотрека, рассматривается О. Бердслей. Его афиши отличались капризным изяществом композиции, прихотливостью линий, контрастом черного и белого цветов, изредка обогащенным яркими цветными акцентами («Театр Авеню» [1894], «Савой» [1895]). В ранних работах художников Д. Харди («Yellow Girl» [1895], «Gaiety Girl» [1893,

1897]) и Дж. Хассала («Греческий раб» [1895], «Дочери Вавилона» [1898] выявляются черты, свойственные афишам Ж. Шере и А. Мухи - сходны женские образы и тонкий линейный рисунок, но уже в более зрелых произведениях (Д. Харди - реклама обуви «Abbotts phit-eesi» [1896-1900], к опере Гилберта и Салливана «The Yeomen of the Guard» [1897]. Дж. Хассал – в рекламных афишах для вакуумного очистителя «Friends» [1906], «Skegness is so bracing» [1908]) создавал изображения, проникнутые юмором, воспроизводя жанровые сценки с использованием четких контуров, ярких цветов и броских надписей, призванных привлечь внимание зрителей.

В разделе **4.4. Влияние и опыт взаимодействия французской афиши на американскую журнально-газетную графику** в качестве центральной фигуры для создания американской художественной афиши анализируется творчество Э. Пенфилда, сотрудничавшего с 1893 года с журналом «Harper's Bazaar», который, как и издание «The Century», заказывал обложки у Ж. Шере и Э. Грассе. Изящество его рисунка и изобретательность композиции напоминают работы Т. Стейнлена («Harper's Bazaar» [май, 1897]), а способность мастерски воспроизвести человеческую мимику и внимание к деталям отсылают к творчеству А. Тулуз-Лотрека. Еще более ощутимо влияние французских мастеров и стиля ар-нуво в афишах англичанина Л. Рида, вдохновлявшегося рисунками витражей Э. Грассе и его женскими образами.

В разделе **4.5. Художественное своеобразие афиши конца XIX — начала XX веков в Испании и Италии** отражено влияние французского искусства афиши на средиземноморское. Основные протагонисты испанской афиши (Р. Касас, А. де Рикер, С. Рузиньол) жили в Париже, что послужило толчком для развития нового вида искусства на родной почве. Каталонский художник и дизайнер А. Де Рикер ориентировался на афиши Э. Грассе («Ферма Сан-Луис» [1896]), а впоследствии — А. Мухи, утончив рисунок, введя орнаментацию и прибегнув к мозаичному эффекту («Фабрика галетт

Грау и Ко» [1897]), «Мозаика Эскофет» [1900]). В то же время один из крупнейших художников испанского модернизма Р. Касас обучался в академии К. Дюрана (1881), что также наложило отпечаток французского влияния на его графическое и живописное творчество. Его комплексный подход к композиции афиши, а также разнообразие в выборе персонажей и пространственных решений вызывает ассоциации с работами Т. Стейнлена или А. Тулуз-Лотрека. («Моно» [1898], «Кодорню» [1898], «Четыре Кота» [1900]).

Напротив, ведущий художник-график указанного периода в Италии А. Хоэнштайн воплощал свободолобивый дух итальянского искусства в своих афишах, во многом благодаря сознательному использованию образов, навеянных эпохой Возрождения: таковы стройные рыжеволосые девушки на рекламе итальянского пива (1906), похожие на нимф с картины «Рождение Венеры» С. Боттичелли, или пластичная фигура в более поздней работе для рекламы пресса «Marmonier fils — Lyon» (1910), перекликающаяся с образами фресок Микеланджело. В то же время Дж. Маталони в своих произведениях ориентировался на творчество А. Мухи, воспроизводя в сдержанной колористической гамме окруженные орнаментом идеализированные женские образы («Кора» [1898], «Праздник в Черваре» [1904]).

Для отражения масштаба распространения влияния французской афиши в разделе **4.6. Голландская афиша конца XIX-начала XX веков** рассматривается немногочисленное графическое наследие таких художников, как И. ван Каспель («Ван Хутен» [1899], «Красильни Т. Ноттенбельта» [1899]) воплощавшего женские образы, близкие работам А. Мухи и А. П. Ливемона, с использованием сдержанной цветовой гаммы и деликатной орнаментации, а также Я. Торопа, члена бельгийской группы «XX», испытавшего влияние прерафаэлитов и ар-нуво («Делфтское масло для салатов» [1903]) .

В разделе **4.7. Зарождение немецкой афиши** анализируется творчество художников, адаптировавших элементы французской манеры для немецкого искусства афиши. График и карикатурист, совладелец «Симплициссимус» Т.Т. Гейне в своих первых работах для журнала создавал новаторские изображения, вдохновляясь французской афишей и ее японскими истоками («Бульдог» [1896], «Женщина с дьяволом» [1896]). Для его стиля были характерны плотные цветовые контуры, энергичные линии и смелые композиции. Впоследствии наиболее значимые для немецкого искусства художники и графические дизайнеры (Л. Бернхард, Ю. Клиндер, Л. Хольвайн) отошли от влияния французской афиши ар-нуво к новой форме упрощенного плаката, напрямую предьявляющего изображение рекламируемого изделия (Sachplakat), в которой уже испытали свои силы английские художники-графики братья Беггарстафф.

Раздел **4.8. Ранние афиши Сецессиона** отражает те характерные детали, которые возникли в искусстве афиши в результате появления в 1897 году нового художественного объединения. Его идеология, продиктованная передовыми архитекторами и художниками во главе с О. Вагнером и Г. Климтом, предполагала отказ от канонов и иерархии академического искусства в пользу восстановления декоративных ремесел по принципу У. Морриса и Движения искусств и ремесел в Англии. Афишу Сецессиона отличали строгие геометричные композиции, сдержанность колорита, четкое разграничение планов и пространства (Г. Климт «Первая выставка Сецессиона» [1898], Й. М. Ольбрих «Дармштадт» [1901], К. Мозер «Афиша к тринадцатой выставке Сецессиона» [1902]), а в более поздней - О. Кокошки (ученика Г. Климта) - «Кунстшау» (1908) – жирный темный контур, отделяющий изображение от фона, с трудом считываемый шрифт, пристрастие к экспрессивной пластике в трактовке человеческого тела, неестественным, угловатым движениям, удлинённым, как бы охваченным болевыми спазмами фигурам.

Таким образом, можно сделать вывод, что французская афиша значительно повлияла на развитие афиши в Европе в целом — зародившись в Париже, она получила распространение по всему миру, стимулируя новые формы, связанные с художественной культурой каждой отдельно взятой страны. Поначалу развиваясь в рамках прикладной графики, она постепенно обретала все большую художественную и социальную ценность с каждым новым историческим периодом — она использовалась в качестве эффективного средства агитации в период Первой мировой войны, а ее наследие в период ар-деко определило очередной взлет коммерческого искусства.

В заключении диссертации подведены итоги исследования художественных особенностей афиши стран Запада конца XIX-начала XX веков и проблем стилового развития, и сделаны следующие обобщающие выводы:

На рубеже 1880-х – 1890-х годов афиша становится одной из наиболее активно развивающихся областей графического искусства во Франции. К ее созданию обращаются многие крупные живописцы и рисовальщики, используя афишу как экспериментальный полигон для разработки новых формальных приемов, исследования пластических возможностей пятна и линии, графического и цветового ритма.

Именно в афишах Тулуз-Лотрека, Стейнлена и других мастеров достигает наиболее последовательного разрешения наметившаяся у Э. Мане, и ярко проявившаяся в ряде работ К. Моне и особенно у В. Ван Гога и П. Гогена тенденция к объединению новейших колористических открытий французской школы с уплощенной трактовкой пространства, позаимствованной из японской ксилографии. Достигнутые в итоге этого синтеза результаты послужили основой фовистской концепции живописного пространства – прежде всего, у К. Ван Донгена, А. Матисса, А. Марке и Р. Дюфи.

Анализ ряда живописных работ художников рассматриваемого периода позволяет сделать вывод, что публикация ряда афиш начала 1890-х годов вызывает немедленную творческую реакцию, проявляясь и получая переосмысление в картинах и рисунках. Так, заметны элементы графического языка афиш А. Тулуз-Лотрека – в остроте представленных ракурсов (М. Дени «Музы» [1895]), лаконичных плоских цветных силуэтах (М. Дени «Апрель», Э. Вюйар «Интерьер, мать и сестра художника» [1893]), а также в использовании подчеркнута плоскостных изображений, смелом кадрировании и фрагментации композиций, интересу к случайности, моменту в ранней живописи П. Пикассо (вдохновленная афишей «Мадемуазель Эглантин» пастель «Кан-кан» [1900], «Диваном Жапоне» - «В Лапин Ажилль» [1905], «Арлекин и его подружка» [1901]).

Новая волна интереса к афише ар-нуво связана с развитием стрит-арта XXI века и представлена творчеством SWOON, Шепарда Фэйри, представителей так называемого «афишизма». Нельзя не отметить многочисленных опытов новой интерпретации отдельных образов и формальных приемов, позаимствованных из творчества Стейнлена, Тулуз-Лотрека, Мухи и их современников в работах Р. Мосли, П. Дойга, С. Кантаровски. Следует подчеркнуть, что речь идет отнюдь не о ностальгической стилизации, но об опытах новаторской интерпретации и развития наследия ар-нуво, открывающих в нем новые пластические возможности.

Установлено, что в формировании французской афиши конца XIX — начала XX вв. наиболее важный вклад внесли А. Тулуз-Лотрек и А. Муха. Однако же, их творческие интересы во многом были противоположны. А. Тулуз-Лотрек привнес в афишу монументальный подход к созданию композиции, организуя ее крупными, лаконичными цветными силуэтами, параллельно сохраняя заметный интерес к психологическим характеристикам

персонажей.

А. Муха, наиболее полно в своем афишном творчестве воплотил внешние черты ар-нуво. Его авторская манера укоренена в чешской школе с ее выраженным вкусом к национальной романтике. Несмотря на то, что Муха отчасти вдохновлялся искусством А. Тулуз-Лотрека, его гибкой линией и мастерством силуэта, он стоял в стороне от большей части французских художников-графиков и почти не повлиял на раннемодернистские художественные направления. Отъезд А. Мухи на родину и поглотившая его работа над «Славянским циклом» совпадает с началом заката афиши ар-нуво.

В диссертационном исследовании установлено, что французская рекламная афиша конца XIX – начала XX веков явилась отправной точкой для возникновения и развития художественной афиши Западной, Центральной и Восточной Европы, в том числе и России, и США.

В других странах Европы и в США художественная афиша не существовала до тех пор, пока она не получила развитие во Франции, привлекая наиболее знаковых мастеров своей открытостью для экспериментов, и волна ее популярности не вышла за пределы страны. Таким образом, во Франции она достигла пика в 1880-е – начале 1890-х годов, а в остальных рассмотренных странах — в середине 1890-х годов и преимущественно воплощала стиль ар-нуво. Наибольшее влияние на развитие стиля из национальных школ, рассмотренных в работе, оказала Бельгия, в особенности, в сфере архитектуры, а о ее графическом наследии в рамках афиши периода в отечественной историографии упоминалось вскользь. Для отражения центральной роли Франции в распространении искусства афиши мы рассматривали не только широко известных графиков, таких как А. Приве-Ливемон, чей стиль воплощал эстетику, близкую А. Мухе, но и ввели в научный оборот отечественного искусствознания ранее не изученных художников Л. Дардена, В. Минье, А. Минье, Г. Комбаза, Г. Ришира, Э. Берхмана, О. Донне и обширный пласт их графических работ.

Также для отражения черт, характерных для так называемой средиземноморской школы афиши (испанской и итальянской) рассматривались работы испанских художников Х. Л. Пелисер, Фр. Сидона и итальянских Дж. Маталони, А. Вилла, к которым также раньше не обращались отечественные искусствоведы.

В России, где в рассматриваемый период афиша еще не получила такого распространения, как во Франции, были отмечены влиянием афиш и графики А. Тулуз-Лотрека, посвященных Мулен Руж, живописные работы художников периода модерна – В. Серова («Похищение Европы» [1910]), Л. Пастернака («Московский концерт Ванды Ландовской», [1907]) и, в особенности, Л. Бакста («Дама с апельсинами» [1902]) - поза героини, ее туалет — от цвета до фасона, а также манера художника изобразить силуэт плоским цветовым пятном явно вдохновлены афишей А. Тулуз-Лотрека «Диван Жапоне», на которой автор очень похоже изображает танцовщицу Дж. Авриль. Только после Революции 1917 года в Советской России афиша обретает ключевую роль в графическом искусстве, становится рупором революционных художественных идей. Создаются динамичные, геометрически выверенные композиции, которым удавалось производить необходимое воздействие на зрителя (афиши А. Родченко в соавторстве с текстами В. Маяковского для ряда советских организаций: «Моссельпром», «Ленгиз», «ГУМ» и др.), и которые наряду с отечественным искусством в целом оказали международное влияние на графический дизайн XX века.

В последующие годы, в области журнальной иллюстрации, в творчестве французского модного иллюстратора 1930-60—х гг. Р. Грюо сказывается серьезное влияние французской афиши рубежа веков – в особенности, работ А. Тулуз-Лотрека (афиши Грюо для Р. Петипа, Лидо и Мулен-Руж) - в прихотливых рисунках тушью, контрастных цветах и оригинальных концепциях. В 1960-х – 1970-х гг., бурное развитие рок-

музыки стимулирует создание обложек многочисленных альбомов и афиш. «Второе ар-нуво» стало ведущим стилем оформления ориентированной на молодежную аудиторию музыкальной продукции, противопоставив расточительное богатство декоративных мотивов холодному аскетизму модернистского графического дизайна. Европейские и американские графики также обращаются к приемам ар-нуво (польский график В. Свежий - портрет Дж. Хендрикса [1974], Б. Максин - афиша для «The Doors» [1967]). Нью-йоркский художник М. Глейзер из Пушкин Студио, соединявший в своих композициях комиксы и арабески ар-нуво, а также плоские однотонные цветовые пятна, заимствованные из японских эстампов и коллажей Матисса, создал афишу для Б. Дилана [1967]). Его поздняя работа к заключительному сезону “Mad Men” (2014) также отсылает к ар-нуво - с его чувственным женским образом, закрученным в вихре растительного орнамента, и плоским силуэтным изображением.

Таким образом, можно утверждать, что французская афиша ар-нуво заложила основы современного графического дизайна, до сих пор сохраняя влияние на отдельные школы и мастеров и становясь базой последующих художественных направлений.

Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:

Статьи в изданиях, входящих в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК Минобрнауки России:

1. Плакатное творчество Анри де Тулуз-Лотрека для ночных заведений Парижа. // Декоративное искусство и предметно-художественная среда. Вестник МГХПА, 2015. №2. С. 252-258.

2. Жюль Шере и его последователи: эволюция французской афиши. // Декоративное искусство и предметно-художественная среда. Вестник МГХПА, 2016. Т. 2. № 2. С. 48-59.

3. Альфонс Муха: новый язык коммерческой афиши. // Декоративное искусство и предметно-художественная среда. Вестник МГХПА, 2018. - №3. Часть 2. С. 179-185.

4. Первые афиши ар-нуво в творчестве Эжена Грассе. - Манускрипт. №4(102), 2019.

Статьи в других изданиях:

1. Эстетика символизма в плакатном творчестве Ж. Де Фера. Международный журнал гуманитарных и естественных наук. № 6, том 1, 2018. С. 19-25.

2. Бельгийский плакат конца XIX — начала XX веков как отражение влияния французского плаката ар-нуво. - Выпуск журнала «Universum: филология и искусствоведение» № 7 (53).

3. Художественное своеобразие афиши конца XIX - начала XX веков в Испании и Италии. - Выпуск журнала «Universum: филология и искусствоведение» №3(60).