

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра теории, истории и  
педагогике искусства

**ХУДОЖЕСТВЕННАЯ АФИША  
ВО ФРАНЦИИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX ВЕКА**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА**

студентки 5 курса 521 группы  
направления подготовки 50.03.03 «История искусств»

Института искусств

**Казаровой Александры Георгиевны**

Научный руководитель  
доцент, канд. филос. наук

\_\_\_\_\_

Л.С. Пестрякова

Зав. кафедрой  
профессор, док. пед. наук

\_\_\_\_\_

И.Э. Рахимбаева

Саратов 2023

**Введение.** Афиша - это вид печатной рекламы, являющийся анонсом какого-либо предстоящего события, мероприятия, спектакля, концерта и т.п. История афиши взяла своё начало приблизительно в 4 веке до н.э. в Греции и в 1 веке до н.э. в Риме. Ключевым моментом в ее становлении является изобретение в XV веке печатного станка. Развитие афиши имело место во всех странах, она широко используется до сих пор. Афиша до настоящего времени остается не только видом рекламы, но и одной из наиболее массовых форм художественного и эстетического оформления города.

Возникли новые ее разновидности: информационная, агитационная, киноафиша. В настоящее время афиши являются неизменным атрибутом городов, они украшают собой не только улицы, но и интерьеры торговых и общественных зданий, культурных и досуговых центров. Методы создания афиши прошли пути технологического и художественного усовершенствования. Их создатели прибегают к компьютерной графике, фотоколлажу, офсетной печати, что значительно упрощает процесс изготовления афиши.

Неизменным элементом создания облика современных городов являются световые и электронные баннеры, от внешнего вида которых во многом зависит эстетическое своеобразие того или иного места. Современная афиша, как никогда ранее, ввиду ее массовой востребованности, может являться как гармоничным художественным дополнением и украшением улиц, так и создавать негативное эстетическое впечатление. В этой связи вызывает интерес исследование становления художественной афиши и творчества ее основоположников - французских мастеров второй половины XIX века, оказавших влияние на графический дизайн XX- XIX веков.

**Цель работы:** исследовать художественную афишу во Франции второй половины XIX века.

Поставленная цель определила следующие **задачи:**

1. Изучить историю афиши от возникновения до XIX века.
2. Рассмотреть художественные истоки афиши.

3. Проанализировать роль Жюль Шере в становлении художественной афиши.

4. Исследовать афиши Анри Тулуз-Лотрека.

**Методологическую базу** представляют труды Власова В., Герчука Ю.А., Ерохина В.Ф., Мироновой А., Монашеровой И.Э., Петуховой Е.А., Перрюшо А., Сарбьянова Д., Тугенхольда Я., Фиалы В. и других.

**Структура работы.** Квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и двух приложений.

Во введении обосновывается выбор темы, формулируются цель и задачи исследования, излагается методологическая база и структура работы.

1 глава посвящена изучению становления искусства афиши во Франции второй половины XIX века. В разделе 1.1. изучается история афиши от возникновения до XIX века. Раздел 1.2. посвящен анализу художественных истоков афиши.

Во 2 главе анализируется творчество французских художников второй половины XIX века. Раздел 2.1. содержит исследование роли Жюль Шере и его новаторство в развитии и распространении жанра. Раздел 2.2 выявляет своеобразие творчества Анри Тулуз-Лотрека и его вклад в художественное развитие афиши.

В заключении подведены итоги работы.

Список используемых источников включает 30 наименований.

В Приложение А вынесен список анализируемых в работе художественных произведений.

В Приложении Б представлены иллюстративные материалы.

**Основное содержание работы.**

XIX век – время расцвета афиши и ее художественной составляющей. Важным толчком к становлению послужили изобретение техники цветной литографии – хромолитографии, развитие книжной иллюстрации, а также

политическая ситуация во Франции, перестройка Парижа, изменение облика столицы.

В конце XIX века афиша является отправной точкой для определения взаимоотношений между высокой и низкой культурой и для демократизации доступа общества к искусству.

На становление жанра афиши во Франции второй половины XIX века существенным образом повлияло искусство предыдущих веков. Художники черпали свое вдохновение в изобразительных методах, сюжетах работ мастеров Средневековья, Возрождения.

Образы милостивых эротичных грациозных, девушек, воспринятых из стиля рококо, становятся одним из основных элементов рекламной афиши исследуемого времени. Критический реализм находит отражение в гротескной манере исполнения афиш для кабаре и кафешантанов, острой выразительности персонажей, их мимики. Импрессионисты вдохновили мастеров новыми колористическими приемами, смелым выбором сюжетов и композиционного построения; постимпрессионисты - яркостью колорита, чистотой локального цвета. Плоскостность изображения, отсутствие фона, перспективы и светотени, четкие контуры объектов, ограниченная цветовая палитра, сцены развлечений, театральные представления перенимаются художниками из популярного в то время Японского искусства.

Символизм, будучи преемником романтизма, течение прерафаэлитов, и базирующийся на этих истоках стиль ар-нуво, обогатили жанр афиши новыми средствами выразительности и сформировали типологический образ афиши на последующие десятилетия.

Одним из основоположников современного плаката является Жюль Шере (1836-1932г.г.) - французский художник и график, дизайнер. Значение его работ для плакатного искусства является определяющим. Его творческие принципы несколько схематизированы, но именно они создали образ афиши в ее новом значении.

Шере ввел вертикальное построение композиции, увеличил размер плаката, резко укрупнил масштаб изображения, Декоративно-аллегорический стиль мастера; композиция афиши, выделяющая на переднем плане главную героиню, обобщенный непортретный образ красивой и радостной девушки; эмоциональность и динамизм фигур; яркое броское цветовое решение – это отличительные черты, творчества Жюль Шере и ключ для творчества его последователей.

Важное значение в художественном развитии жанра имеет разработанная им технология производства, афиши с помощью современной многоцветной литографии, а также стратегия продвижения искусства плаката, его популяризация как предмета искусства.

В отличие от Шере, Анри Тулуз Лотрек искал способы привлечения внимания через гротескность сюжета, его оригинальность. Исполненные им цветные афиши для парижских кабаре - вершина графического искусства.

Минимизируя фигуры персонажей до силуэтных изображений на ярком фоне, он использует четкие линейные контуры, заполняет рисунком и цветом все пространство афиши. В композициях минимум деталей, линий, пространственных зон, цветов, надписей.

Новшеством Тулуз-Лотрека в афише явилось кадрирование изображения, обрезание фигур, создающих кинематографическое впечатление «застывшего кадра». Диагональная перспектива, делила афишу на несколько планов, вместе с темными силуэтными фигурами, предавала глубину изображению. Главной особенностью стал острый гротескный психологизм и индивидуальность персонажей.

Он создал свой плакатный стиль - броский, строящийся на эффекте внезапности, который поставивший его работы в один ряд с произведениями высокого искусства.

**Заключение.** К концу XIX века Франция претерпела революционные политические изменения, которые в итоге способствовали укреплению буржуазии, формированию большого класса городского рабочего населения.

Это в свою очередь обусловило развитие и рост товарного производства, перестройку Парижа, создание новой индустрии развлечений, книгоиздательства, театрального искусства, что повлекло потребность повышения потребительского спроса. Наряду с этим открытие, внедрение и усовершенствование литографии и хромолитографии определили предпосылки прорыва в становлении и развитии изобразительного творчества в жанре афиши.

Самыми важными критериями хорошей рекламы становятся ее привлекательность и массовость. Именно это обстоятельство объясняет тот факт, что среди рекламных продуктов второй половины XIX века афиша занимает основное и ведущее место. Афиша применяется как для рекламы мероприятий, театральных постановок, иных творческих событий, так и для массовой пропаганды производителей товаров и услуг. В этот период афиша претерпевает визуальную трансформацию.

С художественной точки зрения основой для развития афиши во Франции конца XIX века явился синтез различных стилей и приспособление их для решения новой художественной задачи. Расцвет реализма в литературе и в изобразительном искусстве, рост интереса к графике – сатирической, иллюстративной, - можно назвать одними из основных художественных предпосылок становления афиши. Импрессионизм и постимпрессионизм дали значительный толчок к поиску новых художественных образов, приемов и способов их выражения, расширивших границы тематики изобразительного творчества, изобразительных методов и раздвинули границы аудитории изобразительного творчества.

Несомненным является влияние на развитие афиши стиля рококо, идеалы которого наиболее точно воплощали задачу рекламы. Стиль модерн окончательно сформировал собственные средства выразительности афиши, получившие в последующем распространение во всей Европе. Важную роль в становлении жанра сыграла японская живопись, ставшая источником идей композиционного фигуративного и колористического решения афиш. Эти

ключевые явления, кардинально изменили взгляды на изобразительное искусство и повлияли на развитие художественной афиши.

Афишу второй половины XIX века можно рассматривать как отдельное замкнутое явление со своими свершениями, событиями и закономерностями. У истоков художественного рекламного плаката стоял Жюль Шере. Он первым почувствовал особый дух своего времени - вместо черно-белых афиш с объявлением о выходе новых книг и фольклорных афиш, он изобрел искусство, полное жизни, цвета и движения, впервые применив для этого хромолитографию. В искусствоведческой литературе существуют различные классификации авторов афиши по различным критериям, которые являются весьма условными, но однозначно бесспорными являются следующие выводы.

Жюль Шере сформировал современную концепцию художественного плаката, уплощая и стилизуя изображение, сокращая детали, делая более четкий штрих и концентрируя мотивы. Его художественное новаторство: увеличенный размер плаката, вертикальное построение, более крупный масштаб изображения, размещение главных фигур на передний план, яркость и красочность, создаваемая тремя-четырьмя основными цветами, - определило основные принципы создания рекламной афиши.

Текст стал композиционным элементом изображения, имеющим не только информационную, но и эмоциональную составляющую, что также составляет своеобразие этого вида изобразительного творчества.

Все современники Жюля Шере, работавшие в жанре афиши, использовали его технологические и художественные новшества в создании своих работ с помощью литографии, поэтому их всех, безусловно, можно назвать творческими последователями Шере.

Несмотря на широкое распространение стиля ар-нуво во всем мире, в частности во Франции, данное исследование показывает, что в области афишной графики художники основывались на синтезе различных стилей, заимствуя определенные черты, свойственные новому стилю, синтезируя их

с приемами и стилями, характерными для предыдущих эпох или работая в реалистической манере. Эти художники, создавая свои работы, больше следовали вкусовым предпочтениям своего времени и публики. Они едины в своем восприятии реальности, манере изображения – обобщенной, стилизованной, декоративной и изящной. В их изображении конкретных моделей нет личного интереса к герою, его переживаниям. Их художественные приемы более соответствовали духу времени, нежели художественный язык Лотрека.

Творчество Тулуз-Лотрека в жанре афиши с художественной точки зрения занимает особое место, выделяясь на фоне его талантливых современников.

Тулуз-Лотрек пошел по пути новых художественных поисков. Его работы обрели новые специфические особенности художественного языка этого нового жанра: обобщенность запоминающихся форм, кадрированность и фрагментарность изображения, большая роль силуэта и яркого локального цветового пятна, тем не менее, основной его чертой является способность синтезировать собственное восприятие, сквозь призму которого он смотрит на мир, со стилистическими веяниями своей эпохи.

Тулуз-Лотрек, в отличие от современников, не разделял современных тенденций сделать афишу эстетически привлекательной, используя элементы кокетства, эротизма, умиления. Его задачей стало выражение острого психологизма персонажей, которое он чувствовал по-своему оригинально и старался в афише изобразить собственное точное ощущение героев с использованием максимальной гротескности, стилизации, упрощения, линейности и плоскости изображения. Воплощая основную задачу афиши – быть броской, доступной для массового зрителя, он привносит в нее индивидуальность, глубину и сущность характеров своих персонажей. Помимо новаторства композиционных, изобразительных приемов, таких как отсутствие светотени, диагональная композиция, придающая монументальность изображению, упрощение или отсутствие фона,

изображение теневых силуэтных фигур на переднем плане, цветовая сдержанность, использование смешанных оранжевых, зеленых, коричневых цветов, главным достижением Лотрека является художественное новаторство, суть которого заключается в том, что создавая афишу - массовый утилитарный продукт, он, пренебрегал сложившимися стереотипами и шаблонами и наполнял ее индивидуальным художественным смыслом. Исключительность создаваемых образов, их противоречивое внутреннее содержание, тонко и дерзко переданные Лотреком, ставят его плакаты на вершину не только афишного жанра, но и в один ряд с выдающимися произведениями изобразительного творчества в мировой истории искусств. в его творчестве афиша стала произведением искусства

В искусстве Жюль Шере, Анри Тулуз-Лотрека - основоположников художественного рекламного плаката, соединились последние технические достижения полиграфии, влияние японского искусства и веяние нового стиля – ар-нуво. На 90-е годы пришелся бурный расцвет плакатного искусства, который они опередили своим творчеством. Появляется большое количество профессиональных плакатистов, быстро овладевавших новыми художественными формами, открывавшими широкие возможности для творческих экспериментов. Их творчество ознаменовало «золотой век» литографии, рождение и развитие стиля «ар-нуво», а также распространение и доступность произведений графического искусства широким массам в конце XIX века.

Художественная жизнь Франции конца XIX века отличалась разнообразием стилистических поисков и направлений, зачастую тесно связанных между собой. Жанр афиши не был исключением, синтезируя приемы, необходимые для создания эффективной рекламы и стилистические элементы, продиктованные эпохой или данью моде. Приоритет французской школы является неоспоримым фактом, доказывающим ее главенствующее положение в плакатном искусстве 1890-х гг. Его первоначальный облик и дальнейшее существование определялись именно Жюлем Шере и Тулуз-

Лотреком чье творчество положило начало новой области искусства, отразившей многие значимые процессы художественной жизни рубежа веков, основанной на выработанных им технических и художественных принципах.

Их усилиями сформировалась основная типология афиши и была выработана ее стилистика, которая получила дальнейшее развитие в начале XX века, вобрав в себя черты, свойственные искусству ар-нуво - линейной и цветовой стилизации, орнаментального изобилия, изящества и привлекательности женских и детских образов.

Анри Тулуз-Лотрек, как и другие последователи Жюль Шере, дополнил жанр типологическими приемами, также ставшими основными для нового стиля модерн, такими как смешанные сдержанные цвета, отсутствие светотени, но главной и исключительной его заслугой является придание афише статуса произведения «высокого» искусства, предмета коллекционирования, объекта огромного интереса, подражания.

С этого времени искусство афиши становится неразрывно связано с рисунком и живописью, которые заняли ключевое место в визуальной рекламе. Текст сначала становится второстепенным элементом рекламной афиши, уступая место изображению, претерпевшему в своем развитии стилистические, колористические и композиционные преобразования, а в последующем подчиняется композиции и стилю и характеру изображения. Новый жанр искусства формировался благодаря новаторству и таланту художников, переосмыслявших и применявших по-новому существовавшие изобразительные традиции и стили, а также талантливо воплощавших свои новые идеи в творчестве. Из исключительно информационного продукта, представляющего собой черно-белую листовку, содержащую текст, повествующий о каком-либо товаре либо событии, она преобразуется в предмет привлечения внимания – красочную картину большого формата с броской, запоминающейся композицией и оригинальным сюжетом.