

Плакат как вид изобразительного искусства окончательно сформировался в Западной Европе во второй половине XIX — начале XX столетия. Сочетающий в себе элементы графики, текста и изображения, плакат представляет совершенно особый жанр, важную роль в котором играет композиционное решение.

Для того чтобы проанализировать особенности композиционного решения плакатов, необходимо обратиться к обзору этого жанра изобразительного искусства.

Начало формирования жанра восходит к истокам европейского книгопечатания и гравюры, однако уже в самом начале проявляется прикладной характер этого направления. Так, в XVI–XVII веках печатные объявления, предназначенные для расклейки, могли реализовывать функцию рекламы, сообщая о представлениях странствующих актеров или бродячих цирков, о социально значимых событиях, или могли быть способом распространения информации среди горожан. О плакате как об особом явлении сферы искусства, а не

как о социально-бытовой деятельности человека, можно говорить начиная с конца XVIII века. Следует также отметить, что предшественницами плакатного искусства были и городские вывески, которые также совмещали в своем назначении информативную и (или) рекламную функцию, при этом могли содержать изображение. Например, вывеска с изображением сапога и фамилией могла сообщить горожанам о том, что в этом доме живет сапожник.

Во время Великой французской революции появляется политический плакат, который пока еще играет скромную роль в системе графических жанров изобразительного искусства. Этот вид плаката являлся глашатаем революционных лозунгов. Для производства политических плакатов применялась как трафаретная техника, так и типографский способ. Плакат содержал два основных композиционных элемента: шрифт, которым были написаны политические лозунги, и графическое изображение символов революции. Та же техника цветных трафаретов применялась и в рекламе. Если в листе с политическим лозунгом чувствуется умелая рука политического декорато-



Пьер Боннар. Французское шампанское
ра революции, то реклама товаров представляла собой вариант народного лубка.

Около середины XIX века на улицах Парижа появляются довольно большие листы, отпечатанные литографическим способом, обычно монохромные (с использованием одной только краски). Авторами этих листов-плакатов были, как правило, иллюстраторы книжных изданий. Поскольку главной функцией подобных листов было оповещать людей о выходе из печати новых книг, они в основном представляли собой увеличенное изображение из книги, дополненное текстом. В этих ранних книготорговых плакатах только начинают оформляться специфические черты плакатного жанра, которые впоследствии получат общее определение графичности. Но в отношении этого рода плакатов пока еще рано говорить о принципах композиции этого жанра, так как они изобилуют деталями, отвлекающими внимание зрителя от сути, цвет пока еще не играет здесь никакой роли, а масштаб изображения не предназначен для того, чтобы плакат рассматривали с большого расстояния и могли воспринимать отраженную в нем информацию. Здесь еще не найдена обусловленная функциональным назначением и только принадлежащая плакату графическая форма, отличающаяся



Жюль Шере. Афиша студенческого бала



Альфонс Муха

этот жанр художественного искусства от иллюстрации или чернового наброска, сатирического эстампа или лубочной картинки.

Создателем непосредственно жанра плакатной графики считается художник Жюль Шере. Он начинал учеником гравера-литографа. В мастерской Шере печатались огромные по меркам того времени рекламные листы. Предметом рекламы главным образом были парижские кафе и танцевальные заведения. Сам термин «плакат» происходит от французского *placard* — «наклеиваемое объявление», «афиша», что отражает характер его прикладного использования.

Шере принадлежит ряд важнейших решений, которые легли в основу жанра плакатного искусства. Во-первых, благодаря развитию научно-технического прогресса и использованию нового оборудования был увеличен размер плаката, вследствие чего масштаб изображаемых объектов стал более крупным. Во-вторых, большие фигуры выдвигались на первый план и обретали более резкие черты. В-третьих, Шере активно использовал цвет, делая его неотъемлемым элементом композиции, подчиняя цвет линии, а не наоборот,

как происходит в живописи. В плакатах Ж. Шере цвет упрощается, он не передает оттенков и полутонов, обретает характеристику плоскостности и используется для заливки элементов пространства, ограниченного рисунком линий.

В работах Шере плакат постепенно обретает свой собственный язык. Но расцвет плакатного искусства происходит в конце XIX века, на почве такого явления в западноевропейской культуре и искусстве, как постимпрессионизм.

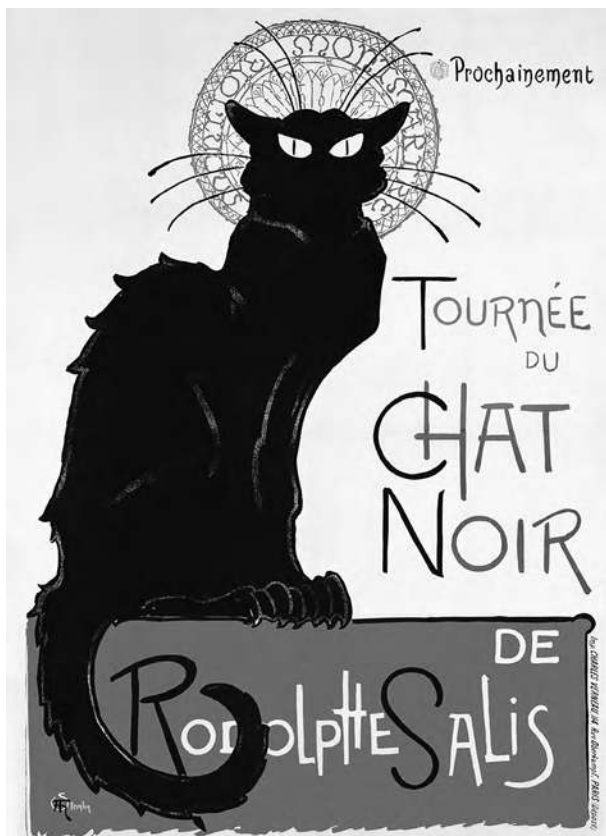
В 1891 году живописец и график Пьер Боннар выпускает литографическим способом плакат, рекламирующий французское шампанское (*France-Champagne*). В плакате угадываются приемы Жюль Шере, проявляющиеся в большом масштабе изображения, выдвигании на первый план женской фигуры и пены от шампанского, использование цвета в качестве заливки областей, ограниченных плавными и круговыми линиями. Однако художник использует и другие приемы, которые впоследствии будут легко усвоены иллюстраторами плакатов. Так, монохром сменяется в плакате Боннара сочетанием оттенков желтого цвета раз-



Анри де Тулуз-Лотрек. *Ambassadeurs Aristide Bruant*

ной степени интенсивности, контрастным черным шрифтом, который созвучен цвету линий, ограничивающих области заливки цветом. Художник также использует разные виды шрифтов, меняет размер и степень интенсивности, чтобы выделить те или иные детали.

Специфика плаката как жанра графического изобразительного искусства предвещает складывающийся в те годы стиль. Окружающее пространство, в сочетании с динамизмом силуэтов людей и изломанными линиями предметов, транслируется в виде изображений на плакатах. В 90-х годах XIX века происходит плакатный бум.



Теофиль-Александра Стейнлен. Черный кот

Плакаты становятся неотъемлемой частью городского пейзажа, заполнили собой стены зданий и заборы, специально установленные стенды. Плакаты помещаются на гужевой транспорт, что обеспечивает возможность их перемещения по городу, благодаря чему расширяется количество зрителей, воспринимающих изображение и текст плаката. Именно в этот момент происходит осознание и принятие плаката как уникального явления

в искусстве. Доказательством тому служат многочисленные выставки в различных городах Европы, где экспонатами являются афиши и плакаты.

Плакат, наряду с архитектурой и декоративным искусством, становится настоящей творческой лабораторией. В пространстве плаката появляется место орнаменту, который играет свою самостоятельную функцию. Орнамент вступает в парадигматические отношения со шрифтом и другими графическими элементами плаката, такими как линейность, изломанность линий, усиливая тем самым как декоративные качества шрифта и плаката в целом, так и эмотивное влияние на зрителя.

Художники уходили от привычных начертаний знаков, используя то ломаные и искривленные, то плавно закругленные, напоминающие стебель растения линии. В то же время орнаменты обладали мощными архитектурными свойствами: они были созвучны витражам и другим архитектурным элементам зданий в стиле модерн, которые в большом количестве появлялись в то время в Париже, Брюсселе и других городах.

Понятие композиции актуально для всех видов искусства, включая изобразительные. Первоначально теоретическое осмысление композиции разрабатывалось на материале литературного текста (в «Поэтике» Аристотеля). Многие приемы композиции, разработанные в литературоведении, имеют общее культурно-эстетическое значение и используются в других видах искусства, с учетом их художественной специфики. Важными понятиями, связанными с композицией художественного произведения, являются цвет и пространство. В искусстве плаката, как и в живописи, можно говорить о колорите и о композиции изобразительных элементов. Все элементы композиции в произведениях изобразительного искусства обусловлены пространственным расположением и строятся на противоположных понятиях, например «близкое — далекое», «верх — низ», «правое — левое» и т. д. Можно сделать вывод, что композиция является своеобразным законом построения различных элементов художественного произведения. Благодаря композиции зритель может воспринимать произведение как совокупность элементов, формирующих единое пространство и смысл.

Главным выразительным средством изображений, включая графические жанры, является линия. В жанре плаката линия может проявляться не только в изображении предметов или фигур, но

и в использовании шрифта или орнамента. В композиции цвет выступает в единстве с линией и ритмически организует пространство, связывая его элементы.

Итак, плакат — одна из разновидностей печатной прикладной графики, развивавшейся и формировавшейся на протяжении XIX — начала XX века. Фабричные ярлыки, этикетки, а позднее — упаковки товаров, извещения о свадьбах и меню парадных обедов проходят путь от самых простейших, чаще всего наборных форм к деко-

ративно-изобразительным, от черного рисунка к цветному, обогащенному порой тиснением и позолотой. А в стилевом отношении — от строгой классичности ранних образцов к многословной и дробной эклектике второй половины XIX века, к бесчисленным произвольным стилизациям и, наконец, к модерну. Наиболее видными художественными деятелями конца XIX — начала XX века, работавшими в жанре плаката, были Жюль Шере, Пьер Боннар, Анри Тулуз-Лотрек, Теофиль-Александр Стейнлен, Альфонс Муха.

