

РЕКЛАМНЫЙ ПЛАКАТ КАК ВИД ИСКУССТВА

Понасенкова Ирина Альбертовна

студент, Государственный университет управления, РФ, г. Москва

Юрчук Ксения Сергеевна

студент, Государственный университет управления, РФ, г. Москва

Филиндаш Лариса Васильевна

научный руководитель, канд. филос. наук, доцент кафедры философии, Государственный университет управления, РФ, г. Москва

Рекламная афиша, появившаяся в Европе во второй половине XIX века, представляет собой интересное явление в истории искусства. Согласно историческим свидетельствам, ее прообраз был известен еще со времен античного мира, правда информацию о предстоящих театральные спектаклях тогда наносили на глину и камень. Серьезно же говорить об истории плаката и афиши можно начиная с момента изобретения печатного станка в 1440 году. А широкоформатные плакаты появились лишь после изобретения литографии в 1796 году и фотолитографии в 1865г. Теперь афиши стало можно делать многоцветными, и над их созданием трудились многие признанные художники.

С того момента, как Великая Французская революция сделала театр общедоступным, жанр театральной афиши приобрел особую актуальность. В жизни Парижа 1860-х годов рекламный плакат занимает важное место, рассказывая о концертах и выступлениях артистов, зазывая в кабаре... В результате промышленных преобразований цветная литография становится доступна художникам и позволяет создавать копии изображения в любом необходимом количестве.

Рекламный плакат – особый вид творчества. Основным его принципом является упрощенная композиция, главная задача которой – захват внимания прохожих. Это крупные объекты, написанные яркими красками с использованием немногочисленных цветовых оттенков, что обусловлено быстротой создания. Важное значение приобретает соотношение «фигура – фон». При должном использовании трех-четырёх локальных контрастирующих цветов, резкости контура, силуэтности изображения, автор может добиться необходимой выразительности. Новая роль отведена и шрифту. Теперь он становится самостоятельной, часто орнаментальной фигурой, задействованной в общем пространстве работы.

Места размещения афиш – не музейные залы, а рекламные столбы и стены зданий. На улице подобный плакат может привлечь внимание и представителя буржуазии, и небогатого горожанина, никогда не бывавшего в картинной галерее. Подобный демократизм дает широкие возможности для охвата аудитории, поэтому такой стандарт написания изображения для рекламного объявления по сей день используется дизайнерами.

«Отцом художественного плаката» принято считать французского художника-графика Жюль Шере. Он родился в семье литографов, посещал Парижскую школу дизайна, затем стал художником-самоучкой. Какое-то время он писал изображения для газет, журналов и книг. Первой значительной работой стал заказ афиши для оперетты Оффенбаха «Орфей в Аду» - он написал ее в 1858 году.

В этой работе еще присутствует достаточно глубокая и проработанная перспектива и насыщенный деталями фон. Колорит достаточно мягкий, ярких контрастных цветов пока нет.

Но после поездки в Англию, где Шере перенял техники цветной ксилографии лондонских мастеров, он в 1869 году открыл коллегам новый способ создания рекламных изображений с помощью трех камней разных цветов: черного, красного и камня с теплыми цветами внизу и холодными вверху. Эту технику и стали использовать плакатисты в своих работах. Одним из них был не менее известный французский художник Анри де Тулуз-Лотрек, живший в конце XIX – начале XX веков, и ставший признанным мастером живописи, рисунка, гравюры, карикатуры и иллюстрации.

Работая в стиле постимпрессионизма и раннего модернизма, Лотрек, вдохновленный образами обитателей Монмартра, стал одним из родоначальников прикладной графики и основателем широко распространенного искусства плаката. Именно он превратил рекламный плакат в произведение искусства. Героями его работ, известных всему миру, были танцовщицы, музыканты и посетители кабаре.

Это новое поле деятельности развернулось перед Лотреком, когда основатели «Мулен Руж» Оллер и Зидлер предложили ему подготовить к открытию сезона афишу с рекламой. У всемирно известного ныне кабаре в тот момент были проблемы с завоеванием аудитории. Зрители были в восторге от канкана, довольны ценами, им нравилась музыка и коньяк, но аншлага, к глубокому огорчению владельцев, никогда не было. Именно Лотрек предложил революционную афишу. Он сразу понял, что на рекламном плакате должна быть изображена танцовщица, исполняющая канкан, шурша нижними юбками и забрасывающая ножки выше головы, причем не на сцене, а прямо среди зрителей, чтобы они знали: в «Мулен Руж» это происходит каждый вечер именно так.

Результат превзошел все ожидания. Это был настоящий фурор! Прохожие толпились возле экипажей, на которых были наклеены афиши и пытались прочесть неразборчивую подпись художника. Зрители устремились в «Мулен Руж».

Затем появился ещё плакат: солистка кабаре Ла Гулю с сестрой в «Мулен Руж». После этого Лотрек стал получать заказы регулярно. Его работы были необычны. Он был одним из первых, кто внес в рекламные плакаты элементы психологии.

Среди знаменитостей артистического Парижа, запечатленных Лотреком – Джейн Арвиль, выступавшая не только в «Мулен Руж», но и на других сценах. Она привлекла внимание художника своей непохожестью на других танцовщиц, и для афиши с ее изображением он нашел необычное решение. Плакат, исполненный воздушности и легкости, выполнен в японском стиле. На нем изображена танцовщица с грустным лицом. Ногой в черном чулке она вскинула свои нижние юбки. На переднем плане художник изобразил большой гриф контрабаса, на редкость одухотворенный - можно было подумать, что в него вдохнули жизнь.

В основе успеха в рекламных видах искусства лежал исключительный талант Лотрека-рисовальщика. Он обладал блистательным даром, моментально улавливать движение в его отдельных фазах и в развитии, передавать живость мимики, характерное или случайное выражение лица. Отличительная черта его афиш для театров – предельная индивидуализация образов, портретность, упрощенная плоскостная, силуэтная и подчеркнуто-экспрессивная форма. Они помогали зрителю мгновенно уловить суть созданного образа.

С афиши, приглашающей на концерт исполнителя уличных песен Аристида Брюана, презрительно и насмешливо смотрит человек в широкополой черной шляпе и ярко красном шарфе. Это его можно назвать первым в истории стендап-комиком, который ругал посетителей своего кабаре последними словами, а те смеялись, платили за это деньги, собираясь полными залами.

Лотрек заставил современников по-новому взглянуть на плакат, который, по его мнению, не должен быть похож на книгу с бесконечным количеством деталей. Задача плаката в том, чтобы зацепить проходящего мимо, полноценно завладеть его вниманием. Художник был

уверен, что главным инструментом в этом деле становятся яркие краски.

На литографии «Певица Иветт Гильбер» Тулуз-Лотрек использует эффектом сопоставления модной ярко-рыжей окраски волос с холодными голубоватыми, серыми, зелёными тонами с чёрным пятном. Благодаря этому достигается «характерность» и «гротескность» персонажа соответствующая индивидуальной характеристике.

Анри де Тулуз-Лотрек внес огромный вклад в развитие жанра плаката и афиши. Создал свой собственный стиль, опирающийся на эффект внезапности и неожиданности сопоставления предельно обобщенных плоских силуэтов, изящных и грубых форм. Он был очень востребованным художником в области рекламы, занимаясь к тому и более мелкими формами: театральными программками и открытками. При этом художник вошел в историю искусства как творец, сумевший через плакаты и афиши передать свое понимание мира, человека и человечности. И каждый раз глядя на его работы, зрители новых поколений будут ощущать атмосферу эпохи, в которую жил и творил художник, вглядываться в лица его героев, стараясь разгадать их тайны, мысленно вдыхать прокуренный воздух французского кабаре, наполненный мелодией канкана. Мы будем любить Париж середины XIX века, с таким искусством прорекламированный Анри Тулуз-Лотреком.

Список литературы:

1. Ла Мур П. Мулен Руж. Трагическая жизнь Тулуз-Лотрека» - Москва: Издательство «Республика», 1994.
2. Кулешов А.М. Тулуз-Лотрек как мастер рекламы.
3. Перрюшо А. Жизнь Тулуз-Лотрека - Москва: Радуга, 1994.