

**Прикладная печатная графика как инструмент репрезентации женской  
жизненной стратегии на рубеже XIX - XX веков**

**Научный руководитель – Рудинская Ирина Ильинична**

***Выродова Мария Вадимовна***

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет  
иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва,  
Россия

*E-mail: rbbt1612@yandex.ru*

Искусство плаката во Франции, привлекающее внимание искусствоведов, культурологов, историков, является одной из самых популярных и широко изученных тем как в зарубежной историографии, так в отечественной. Плакатная живопись - доступная и распространенная форма искусства для широких масс времен «Прекрасной эпохи».

Развитие торговли, создание первых магазинов, пассажей, торговых галерей, нуждавшихся в рекламе своих товаров - все это приводило к повышению конкуренции и желанию выделиться на общем фоне с помощью рекламы. В связи с этим коммерсанты обращались к первым художникам эпохи (Теофилю Стейнлену, Луи Морису Буте де Монвелю, Альфонсу Мухе, Пьеру Боннару, Анри де Тулуз-Лотреку), чьи работы в этом жанре превратили плакат в одну из форм искусства массовой культуры. Уже в 1891 году Октав Юзанн в модном издании "Le livre moderne" [7] констатировал тот факт, что французское общество захватила «афишемания». «Франция - страна плаката. Традиции публичной жизни определили особую роль этого вида искусства в художественной культуре Франции», - отмечал Д. В. Сарабьянов в труде «Модерн. История стиля» [Сарабьянов, 2001, с. 101]. «Речь идет о первой современной афише, подлинном произведении искусства, которая сразу же становится предметом вождления коллекционеров, не гнушающихся срывать ее со стен на улицах города», - заключал К. Фреш в работе «Тулуз-Лотрек» [Фреш, 2006, с. 58].

Среди наиболее важных зарубежных исследований по этой теме можно выделить следующие работы: «Иллюстрированные плакаты» Ч. Хайетта (1895), «Прошлое плаката» М. Кей (1899), «Руководство к плакатному дизайну» А. Г. Бирнса (1901), «Краткая история плаката» Дж. Берникоата и «Современный плакат» С. Вреда. В них авторы прослеживают развитие плакатного искусства с XIX века по конец XX, подробно описывая деятельность отдельных художников Европы и Америки. Исследованию феномена «афишемании» посвящена работа «Уличный салон. Иллюстрированная афиша 1890-х - 1910-х».

Похожие исследования существуют и в отечественной историографии. Среди них: «Плакат. Развитие и применение» В. К. Охочинского (1926), работы А. А. Сидорова, Н. Н. Калитина, Я. А. Тугендхольд. В 2019 году вышел каталог выставки «Французская афиша из собрания ГМИИ им. А. С. Пушкина» под редакцией И. Никифоровой - заведующей отделом искусства стран Европы и Америки XIX - XX веков Государственного музея изобразительных искусств имени А. С. Пушкина.

Перечисленные исследования рассматривают плакаты и афиши как источники для изучения истории торговли, рекламы, плакатной культуры или творчества выдающихся художников Франции. Однако они представляют интерес и с точки зрения изучения женской репрезентации на них. Во второй половине XIX века среди представительниц парижских богемных кругов наблюдаются изменения в представлениях о жизненных целях

и стратегиях для их реализации. Цель данного исследования - рассмотреть прикладную графику и выявить то, как визуально стала выглядеть женщина «новой эпохи», какие ценности она транслировала посредством своего изображения, какие женские жизненные стратегии нашли отражение на афишах и плакатах. Изменение образа женщины повлияло на преобразование искусства второй половины XIX века - начала XX, так женщина привнесла новые подходы к созданию своей социальной «маски».

Исследование основано на сохранившихся мемуарах Клео де Мерод (балерины) [4], Сары Бернар (актрисы) [1], «Прекрасной» Отеро [5] и Лиан де Пужи [6], исполнявших танцевальные номера и игравших в популярных пантомимах, а также прикладных графических материалах с их изображением. Новизна исследования заключается в том, что выбранные источники ранее не были изучены с точки зрения репрезентации женской жизненной стратегии. Более того, изображения и мемуары женщин отличаются малой изученностью в отечественной историографии. Актуальность исследования состоит в том, что исследуемые женщины - олицетворение культуры «Прекрасной эпохи», ее символы и создатели, и изучение их личностей - один из способов понять то, как женщина богемных кругов стремилась себя преподать в обществе и чего хотела достичь.

В результате исследования прикладной печатной графики, включающей в себя рекламные плакаты и театральные афиши, были выделены три подхода к саморепрезентации женщины на афишах и плакатах. Во-первых, характерные черты представительниц творческой богемы Парижа (независимость, стремление к свободе, самореализация через профессию), развитые благодаря изменившимся жизненным целям и стратегиям, нашли свое отражение на прикладной графике стыка веков. Во-вторых, плакатная живопись стала одним из способов распространения образов актрис и танцовщиц «Прекрасной эпохи» за рубежом, а также сохранения памяти о них в массовой культуре Франции и всего мира, что входило в их стратегию достижения успеха в карьере. В-третьих, любая театральная афиша, выполненная именитым художником, привлекала внимание к творческой деятельности артисток.

### Источники и литература

- 1) Бернар С. Моя двойная жизнь // e-reding.club. URL:<https://www.e-reading.club/book.php?book=1044193> (дата обращения: 15.03.2019)
- 2) Сарабьянов Д. В. Модерн. История стиля / Д. Сарабьянов. – М.: Гиларт, 2001. – 344 с.: ил.
- 3) Фреш К. Тулуз-Лотрек / К. Фреш и Ж. Фреш; пер. с фр. – М.: АСТ: Астрель, 2006. – 175 с.: ил.
- 4) Merode de C. Le ballet de ma vie. Edition Pierre Horay, Paris, 1985. 354 p.
- 5) Otero C. Souvenirs et vie intime. Edition Sauret, Monaco, 1993
- 6) Pougie de L. My blue notebooks. Tarcher, 2002. 288 p.
- 7) Uzanne O. Le livre modern. Wentworth Press, 2018. 168 p.