

ЭСТЕТИКА СИМВОЛИЗМА В ПЛАКАТНОМ ТВОРЧЕСТВЕ ЖОРЖА ДЕ ФЕРА

И.Э. Монашера, аспирант

**Московская художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова
(Россия, г. Москва)**

***Аннотация.** Статья посвящена плакатному творчеству Жоржа де Фера - одному из наиболее последовательных художников-символистов Франции рубежа XIX - XX века. Вдохновляясь в своих ранних плакатах творчеством Жюль Шере, впоследствии он стал воплощать концепцию роковой женщины, основой которой стал сборник стихов Шарля Бодлера «Цветы зла», отражающий женоненавистническую среду эпохи.*

***Ключевые слова:** афиша, символизм, реклама, черты, изображение, плакат, сюжет, кафешантан, женщина, образ.*

Жорж де Фер (урожденный Жорж Йозеф ван Слейтерс) появился на свет 6 сентября 1868 года в Париже в семье голландского архитектора Ян Хендрика Йозефа ван Слейтерса. Вследствие франко-прусской войны семью постигло разорение, и они были вынуждены вернуться на родину, где будущий художник начал подрабатывать в бюро путешествий в Амстердаме, в библиотеке в Гааге, у изготовителя шляп в Роттердаме и в итоге стал создателем аксессуаров и помощником декоратора за 15 флоринов в неделю в театре Амстердама. Ачилль Астр в 1930 году писал о нем: «Жорж де Фер попробовал себя в разных сферах, пока находился в труппе – он был и декоратором, и костюмером, и актером, и автором». В 1886 году с успехом сдал вступительный экзамен в Государственную Академию Изобразительных Искусств в Амстердаме, но покинул ее через два дня после поступления, не внося плату за курсы. В 1889 году семья через Гаагу возвращается в Париж, в котором де Фер, вероятно, учился на курсах в Школе декоративных искусств [1, с. 11]. В 1890-е годы Жорж де Фер среди многочисленных любимых кафе Парижа посещал Рат-Морта на площади Пигаль, где встречал не только своего друга А. Виллетта, но и Ж. Шере, Форена, О. Хайдбринка и Ф. Люнеля, чье творчество оказало влияние на его ранние работы, а также кафе «Новые Афины», располагавшееся там же – его частыми посети-

телями были Дебутен и его сын Андре Мишо, а также Л. Форен, А.-Г. Ибель и Пюви де Шаванн. Сам де Фер представил свои первые работы в стенах кабаре Ша Нуар, а также опубликовал их в изданиях для кафе-кабаре (подобные существовали и у «Мирлитона», публикуемые Аристидом Брюаном).

С 1892 года Жорж де Фер начинает создавать литографии и афиши. Согласно Эдмонду Саго, одному из первых наиболее влиятельных продавцов эстампов, его первые афиши были выпущены очень небольшим тиражом, но в 1897 году он освоил технику до такой степени, что художественный критик Октав Юзан уже писал о них «в количестве сотни» и называл де Фера «литографом, производящим симпатичные небольшие по композиции работы – меню, приглашения, обложки книг и эстампы». В «Оригинальной цветной литографии» 1898 года Андре Меллерио замечает, что де Фер выполнил множество цветных литографий, экспериментируя со стилями. Их многообразие не дает возможность четко разделить их на периоды, в то время как в его афишном творчестве отчетливо выделяются два периода: первый приходится на 1892-1896 годы – исследователь Ян Миллман назвал его «кафе-концертным» [2, с. 15], хотя он включает афиши к печатным изделиям и продовольственным товарам - и второй, который охватывает 1896-1900 годы и посвящен в основном афишам к событиям в художественной

жизни. И все же, афиши этого периода тяжело четко датировать, поэтому они зачастую просто относятся к периоду 1890-1900 годов [3, с. 17]. За редкими исключениями («В приятелях с дьяволом в теле» и афиши к пятому «Салону Ста») они не связаны с символистскими стремлениями художника и не отражают его роль в этом стиле, таким образом, их можно отнести к его досимволистским работам.

Афиша «Дьяблотин» 1892 года к журналу с одноименным названием, по мнению О. Юзана, является первой в творчестве художника, а Саго, продавший ее в 1894 году, помещает ее среди его ранних афиш.

В этой яркой, красочной и динамичной композиции, столь не характерной для дальнейших плакатных работ де Фера, очевидно влияние Ж. Шере. Теми же чертами отмечены его плакаты «Фонти» (1890), «Казино де Пари» (1890), «Камиль Роман» (1893), «Орлож. Найя» (1894) и «Маржолен» (1896). К тому же, де Фер использует колористическую схему Шере, о которой писал А. Беральди – четкий рисунок представлен черным цветом в сочетании с красным – пятном на композиции для привлечения внимания. Для придания гармонии художник помещает холодные тона (синий и зеленый) вверху афиши, а теплые (желтый и оранжевый) внизу. По тому же принципу созданы вышеперечисленные афиши де Фера. Он зачастую использует желтый в низу композиции («Дьяблотин», «Фонти», «Камиль Роман») для создания эффекта освещения и пространства. Однако его афиши не обладают легкостью и яркостью работ Шере, представляя тяжеловесных и статичных персонажей. Что примечательно, плакат с изображением певицы «Камиль Роман» де Фера 1893 года в значительной степени повторяет плакат Шере к выступлениям Иветт Гильбер 1891 года – идентичная колористическая гамма, непроработанный фон (у де Фера он также синий, но заполнен вихрем растительных элементов), фигуры представлены крупным планом в профиль, словно во время ис-

полнения песен. Подобные колористические и композиционные заимствования можно обнаружить в афише де Фера «Маржолен» 1896, ориентированной на более ранние афиши Шере - «Мулен Руж» 1890 года и «Олимпия, Бульвар Капуцинок» 1892 года. Таким образом, в своем кафе-концертном периоде де Фер очевидно ориентируется на творчество Шере, что дало возможность некоторым критикам ошибочно причислить его к «школе Шере» [4, с. 19] (хотя первые художественные критики, писавшие о плакате, такие как Ч. Хайатт («Краткая история иллюстрированного плаката», 1895), Жан-Луи Спосель («Плакат», 1897) и Вальтер фон цур Вестен «Искусство рекламы», 1903) ничего подобного в своих работах не упоминали.

Шере не только привнес технические новшества в искусство плаката, сделав литографию достигаемой для большей части художников, но вывел афишу на новый уровень, придав ей художественное значение. Благодаря мастерам, обратившимся к ней не только с целью заработка, но и из-за возможности экспериментов и нововведений, которые она предлагала – то, что было немыслимо в рамках Салона, ее природа трансформировалась. Афиши, созданные Тулуз-Лотреком, Стейнленом, Ибелем и другими относятся к той категории рекламы, которая занимает важное место в истории искусств. Тем не менее, де Фер не особенно вдохновлялся созданием афиш для кафе-концертов - для него это был способ борьбы за существование, поэтому он даже не стремился их совершенствовать или привносить свои индивидуальные черты.

Вторую категорию плакатов, созданных в то же время, представляют те, что рекламировали такие издания, как «Парижский Альманах» 1894 (афиша к «Дьяблотин» сознательно рассмотрена среди тех, что были посвящены выступлениям в кафе-концертах, из-за влияния Шере), «Патри», «Тудэй», «Ле Пале Индъен» и другие. Самой примечательной среди них является афиша для «Парижского Альманаха» 1894 года, в ко-

торой уже намечены те черты, которые будут характерны для дальнейшего творчества де Фера и сделают его стиль узнаваемым. Афиша - реклама к гиду по парижским развлечениям авторства Э. Саго представляет одетую по последней моде героиню-путешественницу, которая держит его в руках и с задумчивостью взирает на многолюдный город. В том же году выходит афиша П. Боннара для «Ревю Бланш», для рекламы которой он также использует женский образ. Тем не менее, на этом их сходство заканчивается: женщина де Фера лишена стыдливости, застенчивости и зажатости. Ее характер отражают композиция афиши – она представлена крупным планом и в профиль, а также колорит – насыщенные цвета в изображении героини и серый фон для толпы. Женские образы де Фера преисполнены идеи «бессознательной порочности» - одного из аспектов концепции роковой женщины, которая активно воплощалась в его творчестве. Ее основа – сборник стихов Ш. Бодлера «Цветы зла», отражающая женоненавистническую среду эпохи. Писатель Леон Риотор выявляет диаметрально противоположные точки зрения художника на взаимоотношения полов: женщины – победительницы и гордячки, а мужчины – мечтатели, страдающие и умирающие от своей любви, нерешительные и тоскующие. В то время как де Фер рисует черствые и жестокие черты характера женщины и ее «очарование бессознательной порочности», он демонстрирует в мужчине «низость его любовного крепостничества, цепей, которыми он к ней привязан». Чтобы подчеркнуть взаимоотношение сил между полами, женщины представлены богато и элегантно одетыми, а мужчины – бедными и истощенными, облаченными в лохмотья. Несмотря на то, что эта концепция была бодлеровской, первым источником вдохновения для художника стало лесбийское общество Монмартра, где женщины, переодетые мужчинами, выпивали на террасах кафе и танцевали вместе в кабаре. Об этом писал А. Александр в 1892 году: «В одно из последних посещений,

де Фер, задетый чертами маскулинизации в походке и костюмах некоторых посетительниц Монмартра, нашел особенно элегантный почерк для выражения их нервической злости». Другое направление, которое было выявлено Л. Риотором в процессе его зарождения в работах символистов – шопенгауэровский пессимизм, согласно которому беспомощность и страдание были неотъемлемой частью природы и состояния человека. Об акварели де Фера «Первый холод» Л. Риотор писал: «Свинцово-черная вода и океан человеческих печалей подчеркивают этот зимний пейзаж, представляющий и холод бытия, и природы».

Еще более преисполненной черт символизма представляется афиша де Фера 1893 года «В приятелях с дьяволом в теле», исполненная для кафе-кабаре «Дьявол в теле» в Брюссели. Несмотря на то, что для многих художников техника литографии ограничивала фантазию, де Феру удалось за счет введения мотивов в новом контексте выразить силу и эмоциональность персонажей. Эта афиша стала доступна для покупателей в качестве подарка на Рождество 24 декабря 1893 года в собственном журнале кабаре «Дьявол в теле». По правую руку от сидящей обнаженной (ту же героиню он изображает на акварели «Движение к пропасти» 1893-1894 года, в которой ему удалось благодаря богатству своего художественного языка отразить сущность человечества и природного мира, цикл жизни, смерти и возрождения) изображен белый кролик, которого держит за уши, словно капкан, некое сатанистское существо с глазами навывкате, опускающее его в котел – друг дьявола в теле. Обнаженное тело девушки и белая шерсть кролика – два нейтральных пятна композиции, уравнивающие холодный синий и теплый оранжевый цвета. Их сочетание символично, а «подвешенное состояние» кролика вносит в изображение неясность, отражающую название афиши. В статье «Акварели Жоржа де Фера» Камиль Моклер отмечает, что художник обращает внимание на само

значение цвета и их расположение, создает роскошные и неведомые растения, и ему удалось достичь сочетания яркого колорита импрессионистов с глубокой и необычной темой. Он называет де Фера «декоратором идей», выделяя два основных аспекта, которые усиливали его искусство: образ, который вместе с украшательством, создает визуальную красоту, и объект размышления с его философским и литературным содержанием [5, с. 56].

Таким образом, Моклер узрел в работах де Фера иллюстрацию известного определения символистского творчества, сформулированного критиком Жоржем-Альбером Орье. По нему, символистская работа содержала пять основных элементов: идейный (так как его единственным идеалом было выражение идеи), символистский (поскольку он выражает эту идею через форму), синтетический (поскольку он создает эти формы и знаки согласно основному типу понимания), субъективный (потому что объект никогда не рассматривается в качестве объекта, но в качестве знака идеи, взятой из сюжета) и декоративный (этот пункт наиболее важный: так как декоративная живопись, которая содержит черты египетского, греческого искусства и искусства примитивов, является манифестацией искусства разом субъективного, синтетического, символистского и идейного).

К Пятому Салону Ста, открывшемуся 30 октября 1894 года, де Фер создал афишу, о которой Чарльз Хайатт в 1895 году писал как о «чрезвычайно современной и абсолютно фантастической», что позволяет предположить первое появление роковой женщины в творчестве де Фера, отразившее новый – второй этап в его символистском искусстве. Женщины становятся более значимыми, наполненными смыслом персонажами, их изображение доминирует в работах этого периода – одиночные, окруженные цветочной композицией, выражающей проявление их мыслей. В результате де Фер создает афишу, на которой крупным планом изображена девушка, опирающаяся локтями на стол,

используемый художником для текста рекламы выставки. Девушка задумчиво смотрит вдаль и в руках держит цветок, что во многом повторяет афишу для второго Салона Ста Эжена Грассе, на которой художник, вдохновлявшийся искусством средневековья и прерафаэлитов, тонкими четкими линиями воссоздал образ романтической мечтательницы. Крупная форма и яркий насыщенный колорит, присутствие цветочного элемента также характерны для этой афиши. Тем не менее, женский образ, изображенный де Фером, абсолютно противоположен: волосы девушки острижены по последней моде, она одета дорого и согласно вкусам времени, поверх ее шеи небрежно наброшена лисья пелерина. Она тоже держит в руках цветок – белую розу, отражающую неестественность и искусственность, а не простоту и покорность девушки Грассе. Ее поза и движения постановочные, а выражение лица и взгляд свидетельствуют о том, что она – воплощение роковой женщины.

Статья Риотора, посвященная творчеству де Фера, была опубликована в художественном и литературном журнале «Ла Плюм», который благодаря своим статьям, изданию эстампов и афиш «Салона Ста» играло определяющую роль в афишемании, которая захватила коллекционеров, критиков, издателей и торговцев конца XIX века.

Основанное в апреле 1889 года Леоном Дешампом, расположившееся на бульваре Арго, 36, «Ла Плюм» переехал по новому адресу в июле 1891 года улица Бонапарт, пространство которого позволяло проводить выставки. До того как там проходили выставки, Ла Плюм выпустил некоторое количество статей под названием «Салон Ла Плюм». В истоках визуальные искусства занимали второе место после литературы, поэзии и философии. Растущее сотрудничество этого журнала с современным графическим искусством было окончательно установлено с публикацией номера в ноябре 1892 года, полностью посвященного истории афиши.

Вопреки анонсу, что выставка будет открыта между октябрём 1891 и февралём 1892, первый Салон Ста распахнул свои двери в 1894 году. В принципе он должен был насчитывать сто участников, но не было точного списка и участники варьировались. Такие художники как Пюви де Шаванн, Шере, Грассе и Дебутин были приглашены стать участниками, в то время как другая часть группы была сформирована из художников, которые сами стремились к участию. Как замечает исследователь Филипп Денис Кейт, вполне вероятно, что это первоначальное ограничение сотней участников было связано с организационными причинами.

Согласно этике, установленной «Салоном Ла Плюм», не было ни жюри, ни медалей. Работы отбирались самими художниками, единственным ограничением было количество. Хотя каталоги для продажи были посвящены выставкам нескольких художников, специальные выпуски «Ла Плюм» служили каталогами для персональных выставок.

Именно в четвертом «Салоне Ста», который проводился в Казино «Булонь-сюр-Мер» в течение августа 1894 года де Фер выставлялся в первый раз своей единственной работой-акварелью «Конец борьбы», также представленной в этом году на выставке «Акварели Жоржа де Фера» и в Салоне национального общества изящных искусств. На пятой выставке, проводившейся на улице Бонапарт, 31 с 5 по 30 октября 1894 года де Фер представил три афиши и одну литографию, о которых писал Хайатт.

Концепция роковой женщины, ее очарование для художников конца века было связано с антифеминизмом декадентского учения. Дилемма декадентской эстетики заключалась в том, сексуальность женщины отрицать невозможно и тем не менее именно благодаря этому пункту она низводит мужчину до животного, подпитывается энергией, мешает ему достичь духовности. Согласно Бодлеру, решением этой проблемы являлось отношение к женщине как к инструменту для достижения любви, что напоминает представление

начала XX века о роковом мужчине и его садистском доминировании над женщинами. В течение века другие декадентские отклики отражали изменение этого садистского доминирования в страх и гипноз мазохистского подчинения. Вселенная женщины – обыденная банальность, вызванная ее неглубоким характером, ее сети – западня страсти, ее цель – сделать из мужчины раба аморального, жестокого и извращенного создания. Философия, которой проникнуты первые работы де Фера, заключается в том, что страдание и беспомощность присущи человеческой природе и предназначению. Эти мысли резюмировались Адамом как «имманентность боли в теле людей», а Юзаном – идеей, что женщины если не являются причиной этой боли, то добавляют ее: «мужчина идет по своему крестному пути под пагубным влиянием извращенной женщины, безумной возмутительницы».

С 1892 года Риотор обнаруживал доминирующее присутствие роковой женщины в образной системе де Фера, отраженное ее социальным статусом, но в концепции своей символистской красоты она бодлеровская: «чувствуется, что он любит женщину в ее высшей красоте, которая является высшим злом. Он старается изображать ее во всех ипостасях: вероломной, в тысячах линий и тысячах соблазнов, женщину эгоистичной любви, цветков всех опьянений, стебель всех пороков, источник всех бед, сердцевину всех мирских радостей», - так писал Юзан.

Женщина, бессознательно извращенная, увеличивавшая страдания мужчины, была одним из лиц роковой женщины, вторым была грешница, сознательно совершающая зло для своего удовольствия и извращенной забавы.

В 1890-е годы критики, интересовавшиеся искусством де Фера, от Риотора до Франца, замечали, что де Фер в своем представлении женщины расставляет акценты на пассивную и природную способность причинения зла, нежели на сознательность. Но на примере его известных работ представляется, что гораздо чаще он изображал тех,

кто причинял зло с извращенной обдурманностью.

На контрасте с концепцией бодлеровской роковой женщины, изображенной на картинах, акварелях и литографиях де Фера, в своих художественных афишах он изображает более лестный образ эмансипированной женщины рубежа веков. Миллман полагает, что уход от афиш для кафешантанов в пользу афиш «художественных», для которых характерны изображения красивых просвещенных женщин, отражает один из аспектов радикального изменения в концепции жанра [6, с. 56].

Согласно Саго, в декабре 1895 года де Фер, «этот молодой, актуальный и модный художник», смог благодаря заказам на его художественные афиши и общему увеличению доходов отказаться от создания афиш для кафешантанов, что и так не вдохновляло его творчество и казалось ему, желавшему стать интеллектуальной частью символистского художественного сообщества, «деградацией».

Сюжет, доминирующий в его «художественных афишах», это одинокая, красивая и просвещенная женщина, принадлежащая к высшему слою буржуазии. Она выглядит современной, благодаря своему костюму, но также и стилизована для идеального представления. Ее материальная обеспеченность – следствие реальности, а ее образ всецело принадлежит фантазии художника.

В работах де Фера женщины получают независимость, параллельно с тем, что женщины всячески пытались изменить свой домашний уклад. Эти возможности появлялись не только благодаря финансовой обеспеченности, но и образованию. Де Фер представлял женщину настолько свободной, что она открыта к просвещению, созерцая эстамп в «Эстамп Орижиналь», выбирает материал для чтения в «Парижском Альманахе», критически разглядывает вазы в «Газете продаж». То, что она вольна в своих решениях, подчеркнуто ее одиночным изображением – она не нуждается в компании, чтобы составить свое мнение. Она – часть немногочис-

ленной элиты, покровительствующей образованию, принадлежит к той социальной прослойке, которая способна сломать традиционные барьеры. У де Фера женская эмансипация усугубляла обольстительность, а такие художники как Муха, Грассе и Бертон помещали своих моделей во вневременной, почти классический, мир [7, с. 58].

Кроме афиши «Жанна д`Арк» (1896), наиболее крупной по формату и выполненной скорее как «художественная декорация», нежели афиша [8, с. 60], композиции, созданные де Фером, могли быть использованы и с художественной, и с рекламной целью. Афиши малого формата без надписей были отпечатаны до литерации, а нанесение букв происходило под строгим надзором – сдержанный текст на афише «Салон Ста», свободный – на «Газете продаж», что подтверждает, что они были афишами, созданными для коллекций.

Колористическая гамма также подверглась изменению согласно вкусам новых клиентов. Художник прекратил использование ярких, первоначальных цветов, больше ассоциировавшихся с афишами для кафешантанов. Он смягчил палитру, введя в нее зеленые, фиолетовые, коричневые и серые оттенки – приглушенные, богатые и глубокие, для того, чтобы подчеркнуть роскошь изображаемых модниц и окутать их загадкой. Значительно ощутилее влияние японской гравюры: отсутствие или сжатая перспектива, удлиненные фигуры, особое внимание к позам и выражениям лиц, использование монограммы.

Эти черты характерны для вышеупомянутой афиши «Жанна д`Арк», созданной де Фером в качестве рекламы журнала Астра и Су в Каркассоне. Афиша, исполненная маслом на холсте, ныне хранящаяся в коллекции В. Арваса, представляет собой изображение Жанны д`Арк во весь рост на темном фоне, окруженную золотым нимбом. Де Фер трансформирует святую в роковую женщину – юная девушка «закована» в тщательно декорированные доспехи, подчеркивающие ее женственную фигуру. Контраст фиолетового и желтого

вносит в изображение яркие акценты, а открытый печальный взгляд героини вносит портретные черты. Вполне возможно, что именно этот женский образ использует в дальнейшем Поль Бертон в своей афише к Салону Ста 1897 года.

Тем не менее, гораздо ближе образу роковой женщины представляется героиня афиши – рекламы издания «Афиши и эстампы Пьерфор» 1898 года. Закутанная в меха дама, изображенная в пол-оборота, загадочно глядя на зрителя, указывает на эстамп у нее в руках. Она во многом повторяет героиню афиши Боннара 1894 года для «Ревю бланш», но в отличие от застенчивой героини Боннара, она производит впечатление знатока искусств. Де Фер избирает приглушенную темную гамму, используя в качестве акцента черные одежды персонажа. Единственное яркое пятно – ее губы и кусочек воротника, изображенный словно язык пламени.

Грациозная линия ее силуэта очевидно вдохновлена японским эстампом и, вероятно, афишами Тулуз-Лотрека, который особенно элегантно передавал изображение персонажа темным или ярким плоским пятном. В то же время в изображении фона своей афиши де Фер применяет символистский метод (как уже упоминалось ранее на примере других его работ) – героиня опирается на балюстраду, за которой бушует стихия – отражение ее сумрачного внутреннего мира.

Многогранное творчество де Фера начиналось с акварелей и живописных работ, лишь потом он обратился к плакату. Тем не менее, к созданию афиш он подходил с той же фантазией и зачастую наполнял их более сложными образами, чем его современники, что было следствием его связи с символистским течением.

Библиографический список

1. *Hiatt C. Picture posters. A short history of illustrated placard.* – London: George Bell and sons, 1895. – 367 p.
2. *Jean-Louis Sponsel. Das moderne Plakat, Dresden, 1897.* – 316 p.
3. *Millman I. Georges de Feure : maitre du symbolisme et de l'art nouveau.* – Paris : ACR, 1992. – 304 p.
4. *Walter von Zur Westen. Reklamekunst. Velhagen & Klasing, 1903.* – 148 p.

THE AESTHETICS OF SYMBOLISM IN THE POSTER OF GERZ DE FER

I.E. Monasherova, postgraduate
Moscow art and industry academy Stroganova
(Russia, Moscow)

Abstract. *The article is devoted to the poster art of Georges de Fer - one of the most consistent symbolic artists of France at the turn of the 19th and 20th centuries. Inspired in his early posters by the work of Jules Shere, later he began to embody the concept of the femme fatale, based on the collection of poems by Charles Baudelaire, "Flowers of Evil," reflecting the misogynistic environment of the era.*

Keywords: *billboard, symbolism, advertising, features, image, poster, plot, coffee, woman, image.*