

Наряду с импрессионизмом в плакате, основоположником которого следует считать Шере, росла и другая противоположная традиция: плакат стилизованный. Во Франции родоначальником его явился Е. Грассе. Эклектическая натура, впитавшая в себя самые разнообразные влияния: готику, английский прерафаэлизм, японскую орнаментику, — Грассе создал особый стилизованный плакат, перегруженный орнаментом. В сущности, в противоположность Шере, Лотреку и Стейнлену, это скорее увеличенная книжная графика, лишь раскрашенная для декоративного эффекта, нежели живописный плакат в собственном смысле слова. Даже свои портретные плакаты, как, например, изображение Жанны д'Арк или Сары Бернар, Грассе испещряет всевозможными витиеватыми узорами. Плакаты Грассе — типичный эстетизм, имеющий установку скорее на близкое любование, нежели на восприятие с далекого расстояния. Это — плакаты камерного, интимного, скорее комнатного, нежели уличного характера.

Между тем, стилизм Грассе побудил многих художников пойти по этой же линии наименьшего сопротивления.

Таков, прежде всего, чрезмерно прославленный одно время А. Муха с его слащавыми женскими фигурами в орнаментальной рамке самого декадентского типа.

Таковы же и другие плакатисты Франции, как Жорж де Фер, Поль Бертон и др. Однако, наиболее благодарную почву этот орнаментально-графический плакат нашел для себя в Англии и Америке — странах, кстати сказать, с слабо развитой живописью. Английский плакат построен в большинстве случаев не на красочных эффектах, а на игре черного и белого (или черного с другим цветом). Его лучший представитель — блестящий график Обри Бердслей, афиши которого представляют жемчужины тончайшего искусства линии, но по существу слишком узорны для уличного восприятия.

Узорно-графическая концепция Грассе нигде, однако, не достигла такого распространения, как в Америке. Плакаты Брайда отличаются необычайной красотой линий и завитков, но этот орнаментальный элемент так перегружает и осложняет их, что делает неразборчивым самый предмет, подлежащий рекламе. Так, например, изображая велосипед, Брайд так увивает его цветами, что требуется большое напряжение внимания, чтобы понять, о чем идет речь. Полная противоположность ясному конкретизму французов, например, Лотрека или Стейнлена, которые, желая изобразить велосипед, прежде всего подчеркивают идею движения — мелькающие спицы колеса. В этом отношении гораздо более плакатны и броски работы другого американца, находящегося под сильным влиянием Лотрека и Стейнлена Эдв. Пенфильда; впрочем, от французов его отличает более четкая, сухая и „законченная“ манера, лишаящая его того трепета жизни, который был в работах французских импрессионистов. Отзвуком этой графической тенденции были и русские плакаты как довоенного периода (напр., плакат „Аполлона“), так и плакаты „Займа свободы“.

Между этими двумя крайними полюсами плакатной эстетики — импрессионизмом и стилизмом — следует указать на компромиссный тип разрешения плаката — германский. Германский плакат, достигший в настоящее время чрезвычайного расцвета, возник только в 90-х годах прошлого столетия. В течение долгого времени германские художники не могли выкристаллизовать свой стиль, и германский плакат носил чисто картинный характер: это была станковая картина, перенесенная на бумагу, вместо того, чтобы быть вставленной в раму. Таковы, например, плакаты Фр. Штука, некоторые из которых до такой степени забывают о природе литографии, что имитируют на бумаге мозаику.

В то же время гипноз античной мифологии, античных образов, столь долгое время господствовавший в германской

живописи, наложил свою печать и на германский плакат, сообщив ему условный аллегорический облик (Штук, Клингер, Людвиг фон Гофман, Г. Климт — в Австрии и др.). Античные шлемы, мечи, пастушеские свирели, сатиры и амурсы долгое время были неизбежными атрибутами германского плаката, — хотя бы они и имели своей целью рекламировать простую обувь. Обновление германского плаката началось лишь с расцветом сатирических журналов „Югенд“ и „Симплициссимус“, и один из наиболее острых рисовальщиков-сатириков, Т. Т. Гейне, является в то же время и лучшим германским плакатистом, умеющим сочетать остроумие образов с широкой силуэтной манерой. В общем и целом, однако, германское искусство до самого недавнего времени не изжило ложного живописного подхода к плакату, чем в значительной степени и объяснялся тяжеловесный характер германского плаката (Штук, Фидус и др.).