

Содержание:

Image not found or type unknown



Викторианский стиль

Коронация королевы Виктории состоялась в 1837 году, однако архитектурный и художественный стиль, носящий ее имя, принято отсчитывать с 1820-х годов. В Англии, Америке и большей части Европы он просуществовал вплоть до 1900 года. Викторианский стиль не был изобретением «железной леди», он представлял собой своеобразную эстетическую реакцию общества на индустриализацию.

С конца XVIII и до середины XIX века ранее прочное чувство социальной, гражданской и культурной ответственности англичан постепенно размывалось, доминантой культуры становилось богатство. По мере того как стремление к безграничному комфорту охватывало не только высшие слои общества, но и средний класс, популярная эстетика все больше избавлялась от критических ограничений и стандартов.

В условиях этого «кризиса нормы» художники викторианской эпохи черпали вдохновение в прошлом. Испытывая особое удовольствие от вида средневековых руин, они отождествляли готику, архитектуру и искусство ушедших эпох с христианскими добродетелями своего времени. При этом заимствованные стилевые элементы оказывались полностью оторваны от первоначальной культурной основы. Яростный противник «возрожденцев» Ральф Николсон в своей работе «Анализ орнамента» (1856) отмечал, что «дизайнер мог создать идеальную по форме и цвету композицию, но выказать чудовищную глупость в ее применении».

Начало викторианской эпохи стало пиром показного богатства. После Великой выставки 1851 года расцвела и всячески поощрялась тяга к декорированию, основанному на исторических формах. Глаз викторианцев радовался корпулентным проявлениям материального благополучия, а орнаментирование утоляло потребность в наглядной демонстрации социального статуса. Преувеличенное украшательство буквально каждого предмета викторианского дома создавало атмосферу незыблемого комфорта, а также эклектичный и сумбурный облик стиля.

Помимо эстетической функции, по утверждению одного критика-современника, такое декорирование служило маской, скрывающей «извращенные пороки человеческой натуры». Если метафорически выразить технический прогресс как одно из таких девиантных проявлений, то под маской декора, имитирующего природные формы, викторианцы скрывали достижения своих инженеров.

Викторианский вкус затуманивался представлением о тождественности функций декора и дизайна. Архитектор и теоретик Огастес Уэлби Нортмор Пьюджин критически говорил об этом заблуждении: «Множество бытовых вещей имеют чудовищный и смехотворный вид по той простой причине, что художник, вместо того чтобы искать подходящую форму, а лишь затем украшать ее, ухищрялся скрыть истинное предназначение предмета». Его оппонент-современник парировал: «В маскараде — вся прелесть жизни!»

Прародительницей викторианского стиля по праву считается Англия, тем не менее другие растущие и процветающие деловые центры Европы и Америки также испытывали его влияние, которое при помощи печатного станка распространялось на все страты общества. Излишки, возникавшие вследствие интенсификации производства, обостряли конкуренцию на товарном рынке и борьбу за покупателя. К этому времени достижения полиграфической отрасли (в частности, возможность печатать одновременно и текст, и изображение) способствовали рождению новой информационной среды — рекламы, которая быстро стала рупором викторианского образа жизни.

Для дизайна печатных изданий типичным явлением стала повсеместная тяга к орнаментированию, которая часто проявлялась в имитации чудачеств викторианских архитекторов. Гравюры и изображения зачастую выполнялись грубо, оставляло желать лучшего и качество типографики. К примеру, если у наборщика не было под рукой строчной &, он смело ставил на ее место перевернутую b.

Стремление заказчиков сделать рекламу максимально заметной приводило к появлению весьма оригинальных акцидентных шрифтов с буквами вычурной и замысловатой формы, выполненных (подчас довольно искусно) методом ксилографии. Дизайнеры безжалостно обходились с утонченными гарнитурами Дидо и Бодони ХУШ века, смело увеличивали их и делали жирнее. Эти тяжеловесные бастарды стали символом викторианского стиля.

Наряду с жирными шрифтами другой типичной для викторианской эпохи типографской формой стали брусковые, или египетские, шрифты, популярность которых связана с интересом к Египту после наполеоновских войн. Другая типичная черта викторианской типографики — немыслимое количество начертаний и кеглей, «утрамбованных» в один заголовок, — объяснялась практическими соображениями и стремлением печатников использовать каждый дюйм пространства листа.

К 1845 году с появлением скоростных печатных машин на паровой тяге объемы печати увеличились настолько, что многие города оказались буквально загажены листовками и плакатами, сплошь покрывавшими стены домов. Тем не менее реклама стала данностью, она боролась за свое место под солнцем, одновременно все более важную роль приобретало коммерческое искусство. Период 1860-х годов был отмечен притоком в отрасль прикладных художников с хорошим профессиональным образованием. В результате уровень работ значительно вырос как с графической, так и с содержательной точки зрения, а некоторые из них можно даже назвать довольно красивыми.

На протяжении XIX столетия облик викторианского стиля менялся по мере внедрения технических новшеств. Первым из таких событий стало распространение в Германии и Америке техники хромолитографии в 1870-х годах, а следующим — изобретение фотографической камеры и фототипии в конце века. Постепенно дизайнеры стали все чаще использовать стандартизированные изобразительные мотивы и орнаменты, которые продавались по каталогам. Викторианские политипажи, тяжелые гротески и египетские шрифты уступили место более изящным, гармоничным и криволинейным формам. Можно сказать, что за семьдесят пять лет своего господства викторианский стиль прошел эволюционный путь от ренессанса готики до предвестника стиля модерн.

Великобритания

Сегодня декоративные излишества викторианского стиля привлекают нас своей старомодностью — в отрыве от политического и художественного контекста своей эпохи они вызывают ностальгическое умиление своей незамысловатой красотой. Между тем викторианцам было присуще заблуждение о тождественности декорирования и дизайна. Их век стал периодом упадка высокого стиля типографики эпохи Возрождения. Типичными проявлениями этого упадка являются

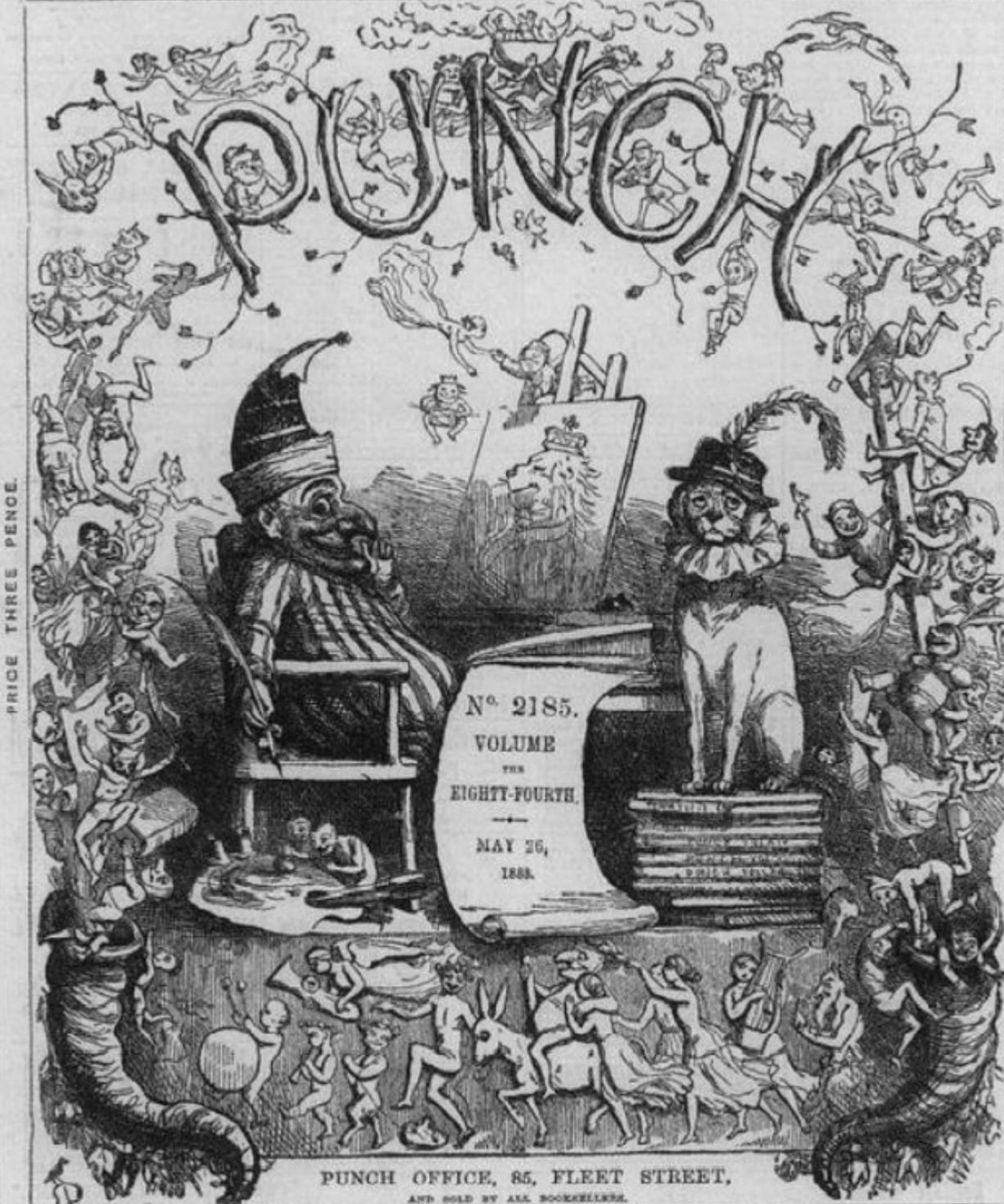
представленные на этом развороте плакаты с использованием жирных «бастардизированных» гарнитур Бодони и Дидо, а также египетских акцидентных шрифтов. Декор был для них добродетелью, олицетворяющей комфорт викторианского стиля жизни, характерные примеры такого декора — обложка главного британского сатирического журнала «Панч» и вывеска аптекаря Артура Диксона с избыточным орнаментом в стиле рококо.

WITH THE AUTHOR'S OWN ILLUSTRATIONS.

Early in June will be published, a Cheap Edition, price 3s. 6d., in cloth binding, of

HAPPY-THOUGHT HALL.

By F. C. BURNAND, adorned with nearly 100 illustrations done by the Author.



PRICE THREE PENCE.

PUBLISHED EVERY SATURDAY.

PUNCH OFFICE, 85, FLEET STREET,
AND SOLD BY ALL BOOKSELLERS.

Other Works
BY
F. C. Burnand.

ABOUT BUYING A HORSE. 2s. 6d.
 GONE WRONG. 1s.
 HAPPY THOUGHTS. 2s. 6d.
 Illustrated. 1s.
 MORE HAPPY THOUGHTS. 2s. 6d.
 ONE-AND-THREE. 1s.

ROUND ABOUT MY GARDEN. 2s. 6d.
 SANDFORD & MERTON, The New History of.
 Illustrated. 6d.
 STRAPMORE. 1s.
 WHAT'S THE ODDS? 1s.
 (BRADBURY, AGNEW, & CO., 5, 15, Bouverie St., E.C.)

Registered at the General Post Office as a Newspaper.

Рис. 1. Викторианский стиль. Ричард Дойл. Обложка журнала «Панч», 26 мая 1883 г.



Рис. 2. Викторианский стиль. Неизвестный автор. Вывеска аптеки, ок. 1835 г.

В XIX веке товарное потребление активно росло, а отрасль рекламной полиграфии оставалась уделом неискушенных в вопросах эстетики печатников, в распоряжении которых было огромное разнообразие акцидентных шрифтов.

В результате сформировался новый подход к работе, который принципиально отличал печатника XIX века от его предшественника из прошлого столетия. Он привел к появлению новой профессиональной области — графического дизайна». Вышедшая в 1856 году книга Оуэна Джонса «Грамматика орнамента» познакомила дизайнеров викторианской эпохи с примерами узоров и паттернов, применявшихся в архитектуре и изобразительном искусстве древности. Они были организованы в стандартизированные сборники и предлагались на продажу типографиям, клиентами которых выступали небольшие фирмы. Орнаменты Джонса также служили основой для создания новых оригинальных образцов дизайна, таких как представленный здесь рекламный плакат нижних сорочек «Болтониан».



Рис. 3. Викторианский стиль. Неизвестный автор. Реклама нижних сорочек «Болтониан», 1888 г.

США

В американской графике XIX века господствовал стиль, вобравший черты шрифтового дизайна и графики Великобритании и Германии. Типографика отличалась консерватизмом, стилистика же иллюстраций гораздо более примечательна. Главными способами печати этих, как правило, чересчур буквальных и повествовательных композиций были ксилография и литография. Полномочия иллюстраторов основанного в 1857 году журнала «Харперз викли» вначале сводились лишь к максимально дословному визуальному пересказу информационных поводов.



Рис. 4. Викторианский стиль. Неизвестный автор. Обложка журнала «Харперз викли», 12 февраля 1876 г.

В 1862 году к редакции присоединился немецкий рисовальщик Томас Наст и вдохнул свежую творческую струю в графику журнала — его карикатуры с объемом, переданным поперечной штриховкой, демонстрировали яркий и узнаваемый почерк. В 1871 году уроженец Вены Йозеф Кеплер, мастер политической карикатуры и опытный литограф европейской школы, основал юмористический журнал «Пак».



ENTERED AT THE POST OFFICE AT NEW YORK, AND ADMITTED FOR TRANSMISSION THROUGH THE MAILS AT SECOND CLASS RATES.



A CONTRAST.

Fig. 1. — A man's nose is always an excellent comparison, Auctioneer Hilroy; but — Mr. W. W. Cateran is universally respected and esteemed.

Рис. 5. Викторианский стиль. Э. Н. Блю. Обложка журнала «Пак», 23 марта 1887 г.

С его появлением качество графики американской прессы заметно повысилось, а в обиход художников вошла хромолитография (цветная печать иллюстраций). Работы Наста и Кеплера оказали влияние и на иллюстраторов других изданий, в том числе конкурентов — «Джадж», «Джинго», «Трут» и ряда других.



Рис. 6. Викторианский стиль. Грант Гамильтон. Обложка журнала «Джадж», 22 марта 1884 г.



Рис. 7. Викторианский стиль. Неизвестный автор. Обложка журнала «Джинго», 1 октября 1884 г.



Рис.8. Викторианский стиль. Раммлер. Обложка журнала «Трут», 19 января 1895.

С развитием товарного потребления после Гражданской войны в США необходимость информировать публику о широком разнообразии новых товаров стимулировала эволюцию примитивных коммерческих объявлений в полноценную рекламу. Научно-технический прогресс, благодаря которому возникло товарное изобилие и конкуренция, создал основу и для новых методов печати. Изобретенная в 1840-х годах хромолитография уже в 1870-е годы стала экономически эффективным полиграфическим процессом, а ее результаты прекрасно привлекали внимание публики. Поскольку рекламные агенты и агентства в то время выступали скорее распорядителями рекламных площадей, а не генераторами творческих идей, рекламодатели раннего викторианского периода (как правило, владельцы небольших фирм) сами придумывали эффективные, с их точки зрения, рекламные образы, полагаясь на собственную интуицию. Самыми популярными темами были национальные мотивы, патриотизм, труд и прогресс, а также разнообразные комические зарисовки.



Рис. 9. Викторианский стиль. Неизвестный автор.

Рекламная открытка моющего средства «Соупин», ок. 1896 г.

Такие типографии, как «Джулиус Бьен компани», «Курье энд Ив» и «Луи Пранг энд компани», со временем стали ведущими производителями как серийных, так и индивидуальных форм и клише для рекламных и поздравительных открыток, обложек нотных сборников, упаковки, афиш и плакатов.



Рис. 10. Викторианский стиль. Неизвестный автор. Рекламная открытка «Лепесток розы», 1865 г.

Авторы ранневикторианских плакатов и афиш главным образом заботились о передаче словесной информации, уделяя художественной составляющей своих произведений гораздо меньше внимания.

Типографика часто представляла собой конгломерат различных стилей, созданный из исковерканных шрифтов в немыслимых количествах и сочетаниях, иногда в пределах одного слова. Подобное безрадостное зрелище разнообразили лишь небольшие ксилографические виньетки. Более интересны и забавны афиши театральных или цирковых представлений, лекций и аукционов.

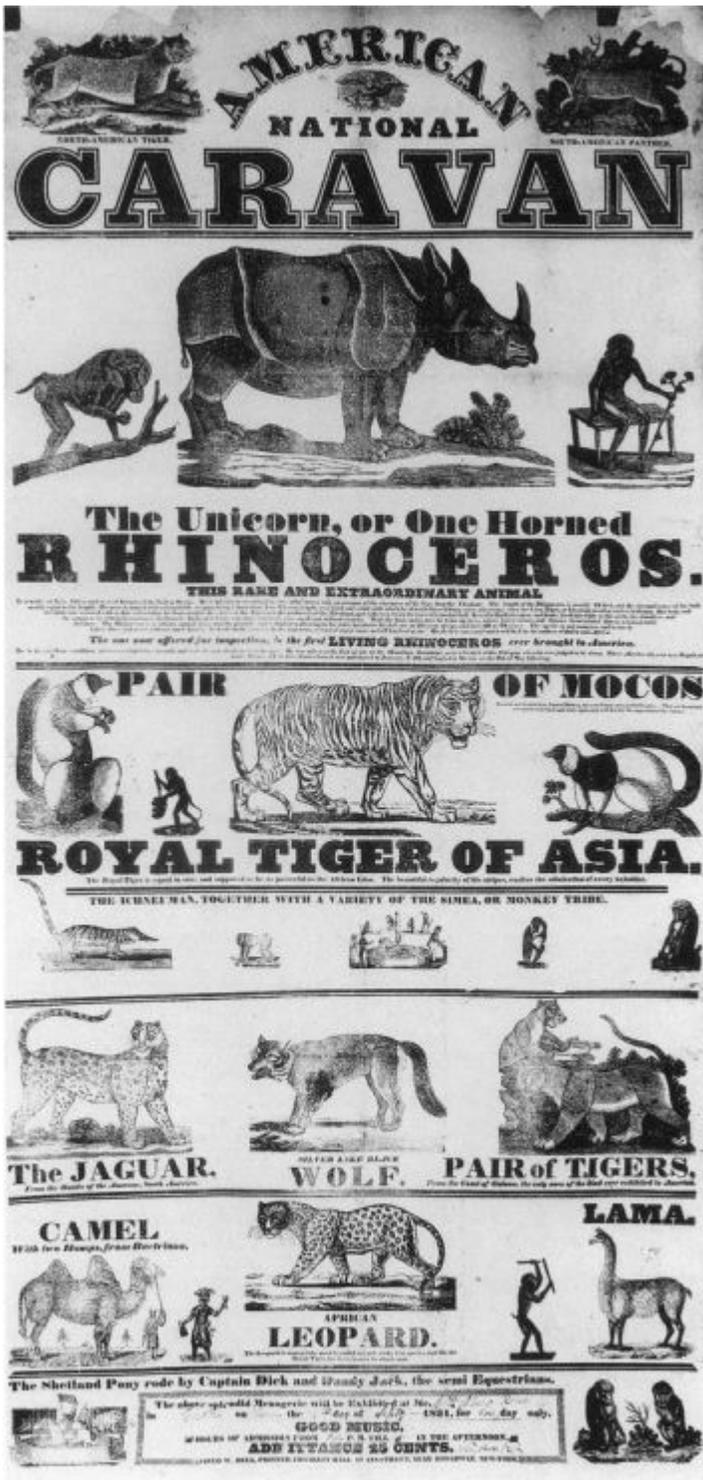


Рис. 11. Викторианский стиль. Неизвестный автор. Афиша «Американский караван», 1831 г.

Причиной безыскусности этих творений было то, что бизнесмены викторианской эпохи не видели никакой связи между своими представлениями о прекрасном, которые формировались под влиянием полотен итальянского Возрождения, и сиюминутными практическими нуждами бизнеса и рекламы.

Тем не менее в конце XIX века шрифтовые дизайнеры, сотрудничавшие с крупными словолитнями, например «Америкэн тайп фаундерз компани», начали обучать печатников искусству грамотного набора. Когда клиенты наконец осознали, что изображение лучше привлекает внимание, чем текст, более изысканной стала и плакатная графика.

Автор книги «Демократическое искусство» Питер Марцио приводит слова общественного деятеля 1870-х годов, выступавшего с резкой критикой хромолитографии: «Эта техника — квинтэссенция демократизации, а, следовательно, обесценивания высокой культуры. Это одно из бесчисленного множества порочных и вредных явлений — газет, журналов, публичных лекций и мелких колледжей, — которые распространяют в обществе поверхностные знания обо всем на свете и художественный вкус, то есть желание смотреть картины и владеть ими». Хромолитография не только привела большое искусство в дома обычных людей, она стала основой для тиражирования цветных изображений в повседневной рекламе и издательском деле. Цветная печать для викторианца была таким же символом прогресса и благополучия, как цветной телевизор для потребителя XX века.

Франция

Промышленная революция и рост благосостояния среднего класса аналогичным образом отразились и на экономике Франции. Кроме того, в XIX веке страна пережила крушение республики и возврат к авторитарному правлению. Ранний викторианский стиль во французской графике представлен литографиями на политические и социальные темы художников Шарля Филиппона, Оноре Домье, Гранвиля, Анри Мёнье и других, которые публиковались в таких журналах, как «Шаривари» и «Карикатюр» (в обстановке цензуры «короля-гражданина» Луи Филиппа). Позже, в период правления Наполеона I, карикатуристы Андре Жильи Альфред ле Пети ввели в обиход стиль искаженных пропорций («большая голова, маленькое туловище»).

ALFRED LE PETIT

LES

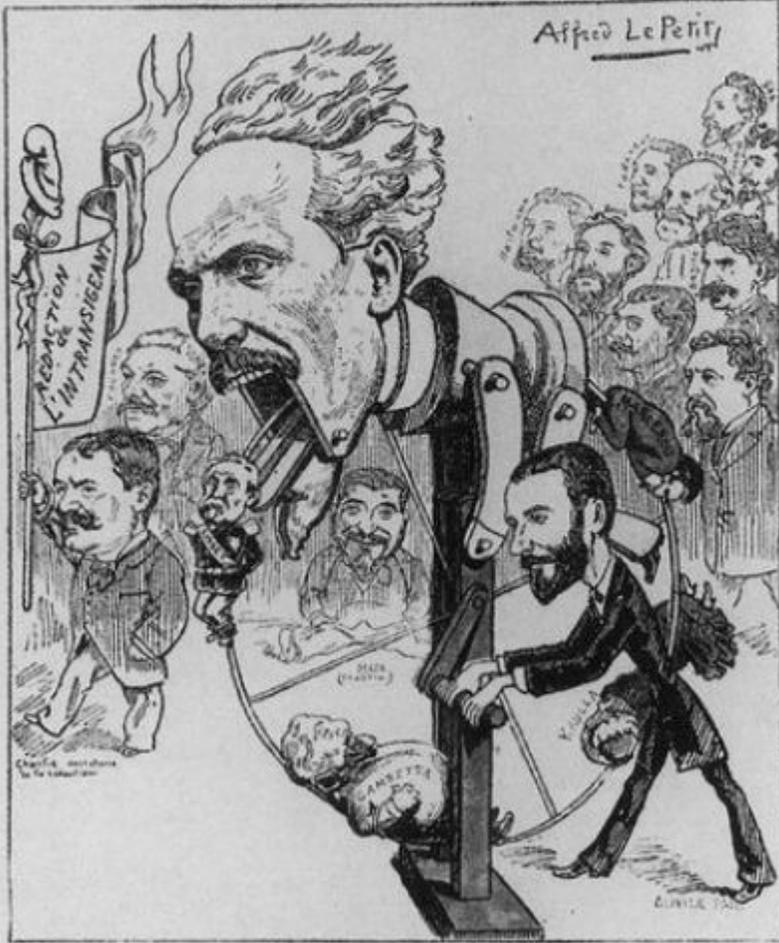
FÉLICIEN CHAMPAGNE

CONTEMPORAINS

JOURNAL HEBDOMADAIRE

ADMINISTRATEUR : M. MADRE, 81, RUE NEUVE-DES-PETITS-CHAMPS, PARIS

HENRI ROCHEFORT



Malaise de Kailla, Maracros, Gambetta,
 Chaque jour, sont des mets qu'aussi rage il dévore,
 Sans compter de Choisy, que l'amour lubéca,
 Lorsqu'il les a mangés, il les ravale encore.

A. LE PETIT

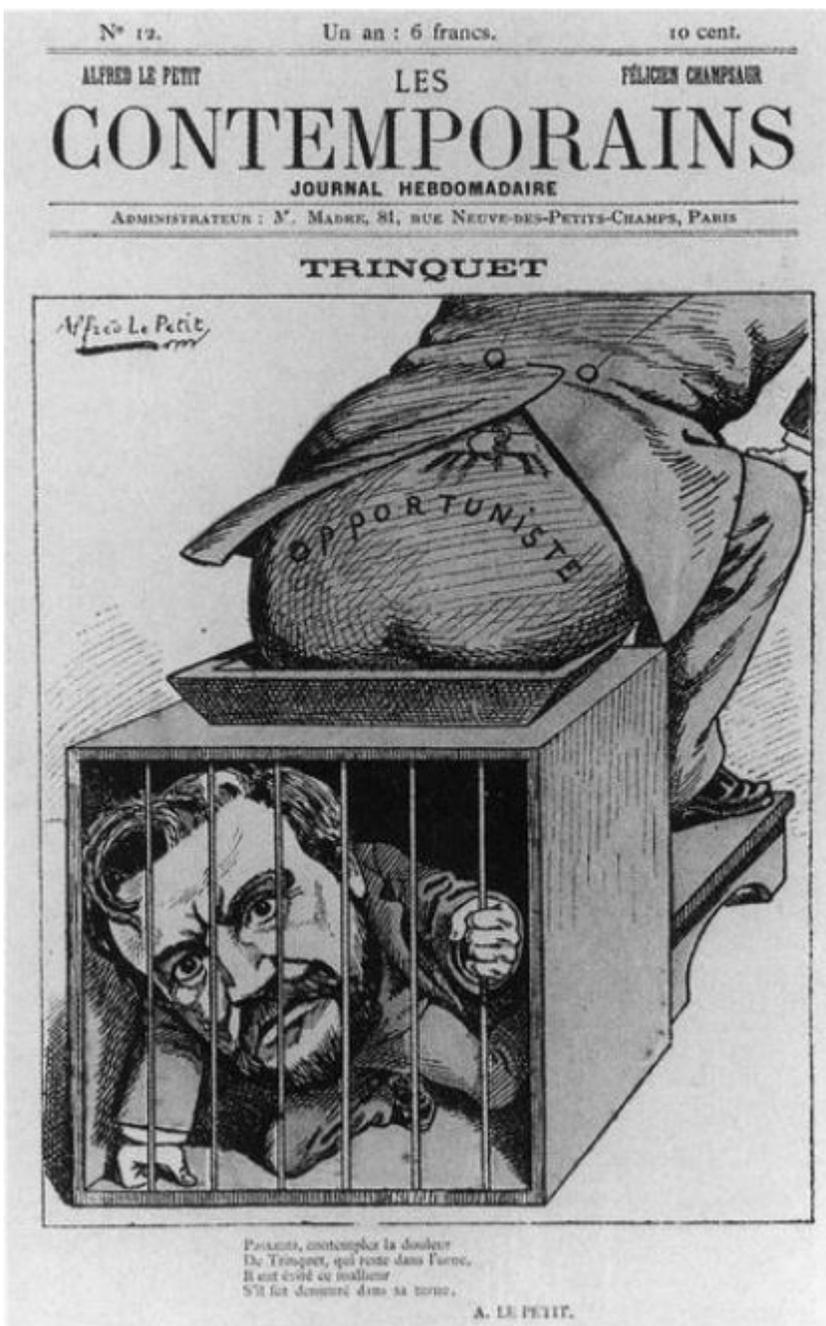


Рис. 12, 13. Викторианский стиль. Альфред ле Пети. Обложки журнала «Контемпоран», 1889 г.

В рекламе основным приоритетом оставался текст, а не графика, исключение составляли лишь виньетки и орнамент. Низкий уровень типографского мастерства преобладал вплоть до 1870-х годов — того периода, когда художник Жюль Шере практически единолично совершил революцию в плакатном искусстве, соединив текст и изображение и заложив основу для развития во Франции стиля ар-нуво.



Рис. 14. Викторианский стиль. Жюль Шере. Рекламный плакат магазина игрушек «Бют - Шомон», 1845 г. Музей рекламы, Париж.