

«Он рекламировал мыло и театральные постановки, шампанское и сладости, а мечтал о большом цикле монументальных полотен во славу славянских народов».

ВЫСТАВКА

В пражском музее есть табличка с надписью «Муха скоро вернется». Дата неразборчива. Эту дощечку Альфонс Муха оставлял для посетителей, не заставших его дома. В историческом смысле Муха никуда и не уходил: изображения, им созданные, по сей день можно встретить на рекламных стендах, упаковках, обложках, плакатах, игровых картах. Эта популярность, кстати, не приносит наследникам ни копеечки. От российских плагиаторов, по крайней мере. Как пояснил внук художника Джон Муха, согласно российским законам, авторским правом защищена только подпись мастера, остальное по истечении пятидесяти лет со дня смерти художника становится всеобщим достоянием. То есть Муха, умерший вскоре после немецкой оккупации Чехословакии в 1939-м, принадлежит всем.

В наших краях «пиратские копии» работ чешского мастера появились еще в конце XIX века: в ГМИИ хранится точное воспроизведение плаката Мухи, беззастенчиво подписанное в 1898 году русским художником

Красавица с фруктами



ЗРИТЕЛЬ

гремучая смесь



Альфонс Муха

Денисовым. Сегодня подписи не ставят, просто используют картинку. Наследнику остается хотя бы гордиться тем, что работы Мухи востребованы и спустя сто лет: свидетельство точного попадания художника в глубинные слои обывательских пристрастий.

«Стиль Мухи», как и стиль модерн вообще, останется на века, хотя он не знаменовал собой ни прорывов художественной мысли, ни взлетов духа. На его плакатах — томные красавицы в театральных позах, окруженные растительным буйством, орнаментом и текстовыми вставками. Но все отмечено удивительным композиционным чутьем. Трудно представить себе, что через сто лет нынешние рекламные плакаты превратятся в музейные экспонаты. Может быть, дело в том, что плакаты Альфонса Мухи оказались квинтэссенцией модерна — лучшего выражения времени и сыскать трудно. Заказчики должны были носить Муху на руках, что примерно и делали, пока художник сам не устал от работы на заказ и пока «ар нуво» не вышел из моды.

Он рекламировал мыло и театральные постановки, шампанское и сладости, а мечтал о большом цикле монументальных полотен во славу славянских народов. Муха осуществил свою мечту. Двадцать картин размером 6 x 8 метров, написанных с 1912 по 1928 год, были подарены художником Праге. Чешская публика скорчила кислую мину — такой Муха не был ей интересен. Зато в Америке «Славянская эпопея» была принята с несравненно большим пиететом.

На выставке Альфонса Мухи в Музее личных коллекций отчетливо видны чешские корни французского «ар нуво»

Причина, конечно, не в славянах, а в определенном культурном голоде бурно развивающихся Соединенных Штатов. Там Муха был звездой — большим художником с большими картинами.

В Европе же ценили Муху в период с 1895 — 1905 годов. Он покориł главный город — Париж. Сделал это ради заработка. Его первым заказным плакатом стала театральная афиша к спектаклю «Жисмонда» с Сарой Бернар в главной роли. Последующие десять лет он делал плакаты, проектировал театральные костюмы, занимался дизайном мебели, ювелирных украшений, интерьеров. Он уже тогда печатал плакаты в двух вариантах: с текстом — для рекламы и без текста — для коллекционеров.

Из чего вырос этот успех, сразу и не понять. Муха совмещал живопись прерафаэлитов, японскую гравюру, идеи символизма, виртуозную технику литографии и получал гремучую смесь, справиться с которой мог только он. Его чувство стиля идеально совпадало с эстетикой модерна, а вынужденная лаконичность плаката спасала от литературной сюжетности и детализации. В 1902 году Муха издал своего рода пособие для дизайнеров, где детально разбирал тонкости декорации «ар нуво». Он как будто совсем не страшился конкуренции, щедро делился опытом, создавал «школу Мухи». Но мода меняется быстрее, чем вырастает смена: «стиль Мухи» ушел в архив.

Громкое имя экспонента в Музее

27

МОСКОВСКИЕ
НОВОСТИ

№ 47

16-22.12.03



Красавица посреди растительного буйства

личных коллекций Пушкинского музея обязывало сделать выставку представительной, тем более что в ней участвовали чешские коллеги и Фонд Мухи. Однако то, что показано, обескураживает: литографии из собрания ГМИИ им. Пушкина, маленькая акварель оттуда же, несколько фотографий из чешских фондов (те самые томные модели, позирующие в студии Мухи) — и все. Два небольших зала заканчиваются внезапно, пообещав пышное цветение модерна и споткнувшись на рекламе курорта Монте-Карло. Получилась стыдливая выставка плаката, будто смущенного своим утилитарным назначением. Но ведь, кажется, еще Тулуз-Лотрек заставлял относиться к этому жанру серьезно, а Муха достойно продолжил дело старшего коллеги.

Игорь ЧУВИЛИН