И.Э. Монашерова

АЛЬФОНС МУХА: НОВЫЙ ЯЗЫК КОММЕРЧЕСКОЙ АФИШИ

В этой статье автор анализирует плакатное творчество одного из самых значимых художников стиля ар нуво — Альфонса Мухи. Его отличительной чертой было уподобление афиши мозаике и панно, воплощение чувственных загадочных женских образов, ставших хрестоматийными, изысканный колорит и изящные, геометрические линии и формы, приспособление текста к стилистике изображения, что создавало оригинальный и творческий подход как к коммерческой, так и к театральной рекламе.

In this article the author analyzes the poster work of Alphonse Mucha, who was one of the most significant artist of art nouveau style. His individual approach was characterized by the poster's assimilation to mosaic and panel, embodiment of the mysterious women images which became widely known. The refined colors and elegant geometric lines and forms, the poster's accommodation to the style of the image generated his original and creative attitude both to the commercial and to the theatrical advertisement.

Ключевые слова: ар нуво, панно, афиша, мозаика, реклама, образ, стиль, орнамент, колорит, витраж.

Keywords: art nouveau, picture, poster, mosaic, advertising, manner, style, ornament, color, stained-glass window.

Творчество Альфонса Мухи по праву считается триумфом стиля ар нуво [1]. Сферой его деятельности являлись не только афиши, но и меню, книжная и журнальная графика, календари, декоративные панно, ювелирные украшения, монументально-декоративное искусство, но именно афиша определяла стилистическое направление в других видах его творчества.

Альфонс Мария Муха появился на свет 24 июля 1860 года в небольшом городе Иванчица, близ Брно (современная Чехия), в небогатой семье портного. Окончив лицей, он попытался поступить в Пражскую академию искусств, но не был принят. Тем не менее, Муха начинает работать театральным декоратором и в Брно, и в Вене, и благодаря протекции графа Карла Куэна-Белази, чьи владения он расписывал, художник поступает на учебу в Академию изобразительных искусств в Мюнхене, а позже в академию Жюльена в Париже, где его учителем становится Жан-Поль Лоран, затем в Академию Колароссси. После самоубийства своего покровителя Муха, вынужденный зарабатывать себе на жизнь, создает иллюстрации для газет, рисует афиши, меню, визитные карточки и приглашения, в 1892 году получает серьезный заказ на иллюстрирование многотомной «Истории Германии».

Тем не менее, всеобщее признание приходит к Мухе в 1894 году, когда известная французская актриса Сара Бернар заказывает ему афишу к «Жисмонде» в театре «Ренессанс», и с этого времени начинается их сотрудничество, продолжавшееся шесть лет. Впоследствии Муха стал заниматься созданием декораций и костюмов для спектаклей актрисы.

Уже с первой афиши формируется декоративный «стиль Мухи». Он предпочитает удлиненный, вертикальный формат листа. В отличие от Грассе, предпочитавшего заполнение плоскостей цветом, колористическое сочетание фиолетового и зеленого с выделенным контуром рисунком, Муха передает цвет посредством его мозаичности. Он использует сочетание динамики и статики, придающее его произведениям мягкую гармонию. Динамичный элемент он вносит благодаря линии, которая прихотливо извивается, закручивается в спирали, орнаменты, становится легкой и плавной. Статика заключается в самих образах, преисполненных монументального спокойствия. Художник предпочитает спокойные позы или застывшие жесты, в отличие от Тулуз-Лотрека, имеющего склонность к неожиданным ракурсам и срезанным изображениям. По мнению Е.К.Виноградовой, прототипом афиш Мухи для Сары Бернар могли послужить парадные портреты, так как он стремился усилить в своих работах зрелищность и театральность [2].

В серии афиш, связанных с ролями Сары Бернар в театре Ренессанс, Муха стремился отразить эмоциональное состояние героев — глубокие раздумья Лоренцаччо и Гамлета, потерянность и отчаяние Маргариты Готье. Таким образом, художник подчеркивал талант актрисы в ее искусстве перевоплощения. Поскольку произведения, по которым были поставлены пьесы, принадлежали к разным эпохам, Муха, исполнив афиши в едином формате и композиционной схеме, стилизовал изображения соответственно тому или иному историческому времени. При этом он не отходил от современного стиля и не подражал искусству предшествующих эпох, а шел по пути стилизации, достаточной для правильного восприятия афиши. Византийская розетка на заднем плане в «Жисмонде», указывающая на то, что действие происходило в византийском храме, будет возникать в различных вариантах и на других афишах («Самаритянка», 1897; «Календарь знаков зодиака» для журнала «Ла плюм», 1896–1897; «Портрете Сары Бернар», 1896, и т.д.). Муха использует несколько видов орнаментов, гармонично сочетая их, в рамках одного изображения — звезды, мозаику и узоры арабесок в «Самаритянке», растительные мотивы и звезды в афише «Календарь знаков зодиака», в которой он мастерски вписывает изображения знаков зодиака в нимб, окружающий нежный профиль девушки. Зачастую его работы отличаются изобилием и поразительным разнообразием орнаментов, которые, тем не менее, не перегружают афишу, а, наоборот, придают ей больше изысканности и утонченности. Также Муха вносит в изображение символические детали — для женских образов — цветы, что являлось характерной чертой модерна, для мужских — оружие («Лоренцаччо», «Гамлет»).

Как уже упоминалось ранее, театральным афишам Мухи свойственна единая композиция. Он, выбирая вертикальный формат, изображает героев в центре, в полный рост, но в разных поворотах. Иногда они стоят, облокотившись то на вазу, как на афише для «Самаритянки», то на балюстраду балкона, как на афише для «Дамы с камелиями», что вносит динамику в композиционное решение.

Художник старается уподобить афишу фреске или мозаике, заполняя форму единым цветовым пятном, мягко прорисовывая кон-

туры или внося в изображение элементы, подобные смальте. Также ассоциацию с мозаикой вызывает обилие золотого цвета, который является неотъемлемым компонентом избранного Мухой колорита. В этой любви к золоту Муха близок другим представителям модерна, в частности, Г.Климту.

Муха предпочитает сдержанную пастельную гамму, которую выбирает для того или иного произведения. Он активно использует белый цвет: самостоятельно, как в афише к «Даме с камелиями», что придает работе нежность и хрупкость, или приглушая им насыщенные оттенки других цветов. Для его произведений характерны деликатные сочетания цветов и практически отсутствуют колористические контрасты, за исключением рекламных афиш.

Не менее оригинально Муха подходил к текстовой составляющей театральной афиши. Он старался максимально сократить объем текста и его размер, приспособив шрифт к стилистике изображения — особенно ярко это проявляется в афише «Самаритянка», 1897 год, в которой он уподобляет написание имени Сары Бернар буквам на иврите.

Идентичность женских образов на афишах для театра «Ренессанс» естественна, тем не менее, художник старается внести разнообразие в облик Сары Бернар, изображая ее в тех или иных сценических образах. Но, как ни странно, ее черты присутствуют и в рекламных афишах, напрямую с ней не связанных, — образы девушек с афиш «Мечтательность» (1897) и «Монако — Монте-Карло» (1897) особенно на нее похожи. Эта склонность к «тиражированию» образов ничуть не умаляет фантазию художника, а, напротив, свидетельствует о том, что он смог разработать свою собственную стилистическую концепцию, отвечающую его вкусовым предпочтениям.

Те же художественные принципы отличают и рекламные афиши Мухи. Он предпочитает форму круга — полный круг как символ завершенности и разомкнутый для придания изображению динамики. Вписывая в них фигуры своих героинь, он как бы возносит их над обыденностью простой рекламы. Муха избегает чрезмерной декоративности, оперирует простыми плавными линиями, временами создавая из них орнаменты, узоры арабесок или закручивая героинь

в их вихре. В основном, он выбирает более насыщенный колорит, чем в театральных афишах, деликатно используя мягкие цветовые контрасты.

Е.К.Виноградова отмечает стилистическое сходство афиши к «Салону Ста» Мухи 1896 года с афишами Тулуз-Лотрека [3]. Действительно, создавая ее, художник, скорее всего, вдохновлялся работами Лотрека, однако интерпретировал его манеру по-своему. Он изображает обнаженную фигуру Музы, держащей в руке кисть и перо. Муха кадрирует изображение, придавая статичной фигуре Музы динамизм за счет бегущих линий, которыми он прорисовывает ее пышные волосы, закручивающиеся на концах в прихотливые спирали. Линия рисунка предстает наиболее изломленной в длинной белой повязке, на волосах Музы. Напротив, ее тело художник моделирует тонким контуром, плотно заполняя его цветом. Он вносит излюбленный Лотреком красный цвет, однако в сочетании с белым и золотисто-коричневым красный не кажется агрессивным, а, напротив, придает изображению определенный шарм. Вместо орнаментов художник использует звездный дождь, присущий практически каждой его афише. Привлекательность образа и эротизм, присущие этой работе — черты, отличающие и другие рекламные афиши художника, как и искусство модерна в целом.

Практически та же девушка, только златовласая, предстает в его рекламе сигарет «Джоб» того же года. Тем не менее, концепция этой рекламы сильно отличается от предыдущей — вновь изображая только одну героиню, чьи волосы закручиваются в бурном вихре, он вписывает в этот вихрь и рекламируемый товар — дым от зажженной сигареты в руках девушки вьющейся волной уходит на задний план. Так же, как в «Жисмонде», Муха прибегает к стилизации под византийскую мозаику, наряду с насыщенным и сочным колоритом это придает рекламе большую эффектность.

Наиболее эффектные и привлекательные образы в исполнении Мухи характерны для афиш, рекламирующих алкогольные напитки или курорты. Он выбирает излюбленный им вертикальный формат с целью продемонстрировать пленительную фигуру женщины во всем великолепии ее украшений и нарядов (рекламы шампанского «Моет» 1899 года) или представляет героиню сидящей, застывшей в статичной позе.

Большую часть поверхности листа занимают разнообразные орнаменты. В рекламах к стиральному порошку «Бле Дешамп» (1897) или печению «Лефевр-Утил» (1896), напротив, женские образы полнокровные, дышащие здоровьем и крестьянской красотой, а орнамент упрощается.

В целом, для его рекламных афиш характерны спокойные, статичные композиции, в которых фигура помещена прямо по центру, а динамизм вносится за счет линейной арабески, за счет орнаментальной природы линии. Муха редко изображает непосредственно рекламируемый продукт, он помещает его в руки своих героинь или вписывает в стихию орнамента. В основном, для его творчества характерны однофигурные композиции, для театральных афиш он предпочитает вертикальный формат вытянутого прямоугольника, также характерный для его панно, которые он активно создавал, а для рекламных — квадратный формат. Муха творчески подходит как к коммерческой, так и к театральной рекламе, полагая, что искусство должно быть доступно не только правящим классам, но и среднему [4].

Женский образ в творчестве Мухи представляется универсальным, художник использует его для рекламы всех видов. С одной стороны, это дань модерну, с другой — личное предпочтение художника, его интерес к природе женской красоты и ее многогранности. Он в равной степени тиражирует образ «femme fatale», характерный и для символизма, а также образ юной славянки, простой и непорочной (афиша «Салон ста» 1896 года). Сохранились фотографии натурщиц, позировавших для его афиш, и они свидетельствуют о том, что Муха, перенося их образы на бумагу, во многом их поэтизировал. Женщина в его творчестве — это целая вселенная, полная загадок.

В 1901 году художник выпускает книгу «Декоративная документация», в которой приводились наиболее, на его взгляд, применимые для дизайна виды орнаментальных узоров, шрифты, рисунки мебели, ювелирных изделий, выполненные в технике литографии, гуаши, карандашом или углем.

Афишное творчество Альфонса Мухи протекало, в основном, в рамках французской школы. Тем не менее, по мнению Виноградовой, художник во многом остался верен чешскому искусству, тесно связанному с австрийским модерном, особенно в изображении некоторых женских

образов, воплощая в них славянский типаж. Основной целью художника при создании афиши было изображение интересное, в первую очередь, с декоративной точки зрения и оформления. При этом он не забывает о необходимости удачной концепции при создании рекламы, что сделало его художником, востребованным не только Сарой Бернар и, следовательно, театром «Ренессанс», но и крупными фабрикантами.

В своем творчестве А.Муха, воплотив основные черты, свойственные искусству модерна и синтезировав их со своими художественными приемами, сумел выработать новый язык коммерческой афиши что сделало его одним из наиболее ярких представителей эпохи. Он не имел прямых последователей, однако сумел оказать влияние на творчество своих современников не только во Франции, но и Европы и США.

Примечания:

1. *Альфонс Муха.* Триумф стиля арт нуво / альбом (под ред. Сары Муха). — М.: Магма, 2006. — С. 44.
2. Виноградова Е.К. Альфонс Муха и чешский плакат // Графика и проблемы чешского искусства. — М.: Наука, 1975. — С. 179.
3. Там же. — С. 186.
4. Там же. — С. 177–178.

Библиография:

1. *Arwas V.* Alphonse Mucha. The spirit of art nouveau. — Alexandria, Va.: Art services intern., 2005.
2. *Ulmer R.* Alfons Mucha: Master of Art Nouveau. — Koln: Taschen, 2000.
3. Альфонс Муха. Триумф стиля арт нуво / альбом (под ред. Сары Муха). — М.: Магма, 2006.
4. *Виноградова Е.К.* Альфонс Муха и чешский плакат // Графика и проблемы чешского искусства. — М.: Наука, 1975.
5. *Эллридж А.* Альфонс Муха. Триумф стиля модерн. — М.: Магма, 2001.