

ГЛАВНАЯ ТЕМА: АРХИТЕКТУРНАЯ БИЕННАЛЕ В ВЕНЕЦИИ

АРТХРОНИКА

№ 5-6 / 2002

ARTCHRONICA



КУЛИ
музей шоу-бизнеса

МАЛЕВИ

одеколон «Северин»

ЦР

на страже искусства

ISSN 1607-3983
9 771607 398005

СТАТЬИ

УПАКОВКА МЕЧТЫ



Фото Георгия Розова. Photo: Georgiy Rozov. © Александра Шатокина/Александра Шатокина Shatokina

В биографии Малевича с удручающей аккуратностью воспроизведен романтический миф о великом художнике: беспримерная нищета и хула при жизни, обвальная слава спустя полвека после смерти. Супрематизм, философия беспредметности, архитектоны, полотна с безлицыми героями – у этих громад есть контуры, мы положительно знаем, с чем имеем дело. Сейчас же стало брезжить, что сквозь Малевича мы можем с достаточной долей приближения постигнуть, как произрастают анонимные произведения, живущие в народе самостотельно, без автора. Следует только сказать, что европейский народ в XX веке был по преимуществу городским, и анонимные произведения, бытующие в повседневной жизни, были плоть от плоти массовой культуры.

«В то трудное для Малевича время его поддержал своими заказами Брокар (парфюмерное дело). Известные духи: флакон в виде ледяной скалы и на ней белый медведь, а также этикетка работы Малевича».

Из воспоминаний И.В.Клюна

Одергимый живописью провинциал из Курска окончательно переселился в Москву в 1907 году и вскоре перевез жену с двумя детьми. На четвертом десятке лет Малевич знал лишь одно – служить чиновником он больше не будет, поскольку служба не оставляет, по его выражению, времени «на работу в искусстве». Средств не было никаких, голодать иногда приходилось сутками. Единственным спасением были заказы.

Совсем скоро, через десяток лет, у декоративно-прикладного искусства появится честолюбивый отпрывск по имени дизайн, ревниво требующий от художников абсолютной преданности; а пока эскизы рисунков и орнаментов выполняли живописцы, на вещи которых покупателей не находилось. Приработки художников были случайными: помимо журналов, наряжавшихся в виньетки, заставки, концовки, определенное подспорье появилось в виде парфюмерии – этикетки, баночки, коробочки должны были возбуждать покупательские аппетиты.

В графической и живописной «мелочевке для ширпотреба» профессионалы следовали инструкциям заказчика, чьим главным интересом

была коммерческая успешность товара. Художники, подчинявшие себя «купчикам» и «пошлому быту», свое унижение, естественно, не афишировали. Плюс к этому парадоксальность в собирательском деле, выявленная XX веком, – хуже всего сохраняются многотиражные дешевые изделия. Попробуйте найти конфетные обертки начала прошлого века. То же можно сказать об этикетках, заурядных флаконах и прочих парфюмерных околичностях – кто бы стал хранить этот «мусор», да через войны, да через революции... Посему мы не можем получить даже приблизительного представления ни об авторах, ни о количестве проектов, сделанных для парфюмерных товариществ Москвы и Петербурга.

Семья и родственники Казимира Малевича были, что называется, людьми простыми, искусство они ценили красивое. Поэтому в семье сохранились не только настоящие ранние произведения Малевича, но и его поденная «мелочевка». Не будь у нее достоверного происхождения, никому бы и в голову не пришло, что слашевые головки, претенциозные виньетки и вя-



Слева: Казимир Малевич. Флакон для одеколона «Северный» из стекла-кракле, маркированный на дне буквами Т.Х. 1921–1922. Частное собрание. США
Left: Kazimir Malevich,
bottle for eau-de-Cologne Severny (Northern),
1921-1922, private collection, USA

Справа: два брокаровских флакона – для одеколона «Фонтан» (слева) и для одеколона «Японский трефль» (справа). Начало XX века
Right: two Brocard bottles –
for eau-de-Cologne Fountain (left)
and for eau-de-Cologne
Japanese Clover (right), early 20th c.

Русская парфюмерия конца XIX – начала XX вв. М., 1998



Русская парфюмерия конца XIX – начала XX вв. М., 1998

лые орнаменты имели автором будущего супрематиста. И хотя сейчас не представляется возможным вычленить из графических миниатюр работы, сделанные Малевичем для того или иного товара, один его парфюмерный проект дошел до наших дней.

Речь идет о необычном флаконе. Впервые об этом изделии автору настоящих строк довелось услышать от Уны Казимировны Уриман-Малевич в конце 1988 года. Дочь Малевича и его второй жены, Софии Михайловны Рафалович, Уна была хранителем семейных преданий, связанных с домом Рафаловичей в подмосковной Немчиновке, которую художник любил больше всех других мест на свете. Для нынешней хозяйки немчиновского дома, Галины Ефимовны Жарковой, которая смутно помнит отца своей

кузины Уны, треснувший нестарый (уже 1980-х) флакон из-под одеколона – обычная домашняя вещица. Из бесед с родственниками следовало, что флакон был изготовлен где-то в начале 1930-х для советской парфюмерной фабрики; одеколон, носивший, по их мнению, название «Северное сияние», выпускался до середины 1970-х.*

Брокар

В воспоминаниях ближайшего друга Малевича И.В.Клюна есть такие строки: «Наступила осень, у него <Малевича. – А.Ш.> не было пальто, а тут ему посыпали заказную работу; он пришел ко мне и просил дать ему пальто, чтобы сходить эту работу получить, – было это в воскресенье, и я сидел дома. И после не раз он еще приходил ко мне за пальто, чтобы получить заказ. В то трудное для Малевича время его поддерживал своими заказами Брокар (парфюмерное дело). Известные духи: флакон в виде ледяной скалы и на ней белый медведь, а также этикетка работы Малевича».

Владельца парфюмерного дела в Москве, о котором упомянул Клюн, звали Александр Генрихович Брокар. Ему принадлежала самая крупная парфюмерная фабрика в Европе, унаследованная в 1900 году от отца, Генриха Афанасьевича Брокара, основателя «Товарищества Брокар и К°».

* Эти непроверенные сведения перекочевали в большой альбом, выпущенный в 2002 году во Франции Андре Наковым и претендующий на академический титул «каталога-резоне»: «Парфюмерный флакон. Форма начала 1930-х годов (оригинальная модель неизвестна по настоящее время)... Первоначально созданная для туалетной воды «Северное сияние», этот флакон изготавливается с начала 1930-х годов и – без перерыва – до середины 1970-х. Флаконы производились на экспериментальном стекольно-зеркальном заводе в Ленинграде... Данное произведение известно благодаря многочисленным свидетельским показаниям членов семьи художника, в особенности его сестры Виктории и дочери Уны, но документальные подтверждения отсутствуют».

Вверху: этикетка с видом фабрики Брокара
Above: label with a view of the Brocard factory

Внизу: основатель фирмы Генрих Брокар и его жена Шарлотта. 1864
Below: founder of the company Henry Brocard and his wife Charlotte, 1864



Русская парфюмерия конца XIX – начала XX вв. М., 1998

Парфюмерное дело

Жизнь Брокара-старшего была словно воплощением истории российской парфюмерии, эмансирировавшейся от аптекарского дела. Генрих Афанасьевич Брокар приехал в Россию в 1861 году. Карьера его началась с собственноручной варки традиционного аптекарского товара – недорогого мыла. Накопив денег, мыловар обратился к производству ароматных смесей. Поначалу душистые жидкости продавались в аптеках и отпускались в склянках, мало отличавшихся от пузырьков с микстурами. Однако статус одеколонов и духов как атрибутов роскоши неуклонно вел к соответствующему их оформлению. И парфюмерия, и стеклянное производство, и спрос в России развивались стремительно, так что в начале XX века уже никого нельзя было удивить широтой ассортимента и разнообразием фасонов парфюмерной посуды.

Александр Генрихович Брокар одним из первых на практике «двинул искусство в производство» – в массовую парфюмерию. Единство сочиненного аромата, названия, сосуда и этикетки, по сути дела, вело к возникновению своеобразного «малого синтеза». Судя по дошедшим до наших дней флаконам, парфюмер видел смысл в имитации объемных форм обобщенно трактованных цветов фиалки, лилии; в такие флаконы разливались духи с соответствующим ароматом и названием.

Не только в производстве, но и в коммерции Брокары были сметливыми дельцами, умевшими эксплуатировать «злобу дня». К примеру, духи «Любимый букет императрицы» были преподнесены дамам к трехсотлетнему юбилею дома Романовых. Великолепный аромат духов закрепил за ними славу «российских Chanel № 5» – эксперты говорят даже о неком фамильном сходстве запахов.

Трагическая российская история не раз обкрадывала собственных детей, лишая их приоритета. «Букет» был создан много раньше Chanel № 5. Однако заметим, что в этом прискорбном случае можно говорить не



Фото Александры Шахрай. Photo: Alexandra Shahray

Нынешняя хозяйка немчиновского дома Галина Жаркова. Немчиновка, лето 1999 года
To-day's owner of the house in Nemchinovka Galina Zharkova, Nemchinovka, summer 1999

Внизу: парфюмерный флакон «Товарищество Брокар и К°». Начало XX века
Below: bottle for perfume, Brocard & Co Partnership, early 20th c.



Мы уже никогда не узнаем, почему Брокар заказал эскиз флакона нищему художнику в пальто с чужого плеча, до тех пор делавшему для него только этикетки. И не только заказал, но одобрил и пустил в поточное производство изделие, напрочь выламывавшееся из всех традиций парфюмерной посуды. Проектировал ли кто-нибудь другой из живописцев массовые флаконы специально для «Товарищества Брокар и К°» – тоже неизвестно. В столицах располагались конторы всех стекольных заводов, принимавшие заказы как на оптовые партии готовой посуды, так и на изготовление оригинальных флаконов по эскизу любого желающего. Однако таким клиентам, как правило, требовались дорогие эксклюзивные изделия из хрустали, цветного стекла, серебра, порой золота. Эскиз же живописца Малевича был предназначен для выпуска массовой посуды. И поскольку в дореволюционной отечественной парфюмерии ни один другой такой эксперимент доныне не выявлен, приходится предположить, что проект будущего авангардиста был особым случаем.

У владельцев парфюмерной фирмы не было возможности увидеть выход «Северного» из малого времени в большое. «Товарищество Брокар и К°», равно как и художественная коллекция семьи (одно из самых представительных частных собраний дореволюционной России), были национализированы в начале 1918 года. Парфюмерная фабрика, утратив буржуазное имя, стала Государственным мыловаренным заводом № 5, подчинявшимся Государственному тресту «Жиркость» («ТЖ»). Завод ТЖ № 5 продолжал выпускать некоторые позиции былого парфюмерного ассортимента даже в годы гражданской войны; популярный одеколон «Северный» был

в их числе. Флаконы бывшее брокаровское товарищество маркировало в эти годы буквами ТЖ. После прихода НЭПа заводскому управлению удалось добиться более приличествующего фирме имени, и с 1 ноября 1922 года она стала Государственным мыльно-парфюмерным заводом «Новая Заря».

«Новая Заря» и ныне располагается на территории бывшей брокаровской фабрики в Москве. В новой капиталистической России это, вестико, закрытое акционерное общество. Последний выпуск одеколона «Северный» датируется 1996 годом.

Медведь на скале

Обратимся теперь к проекту Казимира Малевича, выполненному для «Товарищества Брокар и К°» на рубеже 1900 – 1910-х годов.

Мы видим перед собой круглую скульптуру, пусть и настольных размеров: на полупрозрачный айсберг взобрался белый медведь и остановился на краю пропасти. Осознание того, что это сосуд, приходит несколько позднее и лишь постольку, поскольку мы знаем, что перед нами флакон. Налицо грубейшее попрание традиций: утилитарное назначение парфюмерной посуды отступает на тридесятый план, а на первый выдвигается пластический образ (что будет в высшей степени характерно для Малевича-супрематиста в конструктивистские 1920-е годы).

Уразумев, что это малая скульптура, тут же отдаешь себе отчет в полной свободе, если не сказать отвязке, автора от других традиций – на этот раз скульптурных. Жанра пейзажа как самостоятельной темы в круглой скульптуре нет, и это понятно: кому бы пришло в голову ваять искусственные объемные горы или деревья? В нашем же флаконе пропорции маленького мед-

только о несправедливости истории, но и о несправедливости Слова. По заказу Коко Шанель специалист-парфюмер изготовил несколько душистых смесей; законодательница мод более всего понравился аромат в пятой колбочке. Не мудрствуя лукаво, Мадемузель дала своим фирменным духам нейтрально-техническое название – Chanel № 5, чья загадочная простота способствовала долголетию марки. А пышный верноподанный «Любимый букет императрицы» сменил имя на столь же конъюнктурное – «Красная Москва». В новой капиталистической России духи эти найти трудно: говорят, нынешние владельцы бывшей фирмы Брокара поставляют их во Францию...

Коммерческое чутье побудило Александра Брокара оседлать могучий общественный бум, возникший в стране и мире под влиянием новых географических открытий. Их совершали первые культовые герои Старого и Нового Света: норвежец Нансен, американцы Кук и Пири, русские Седов и Русанов. Благодаря газетам и журналам их опасные, нередко трагически заканчивавшиеся приключения превращались в реальный драматический сериал, тянувшийся иногда много лет, – как в случае с Нансеном и его безуспешным штурмом Северного полюса в 1893–1896 годах.

Заветная цель великих путешественников, Северный полюс был покорен американцем Робертом Пири 6 апреля 1909 года, что вызвало мировую эйфорию. Брокар не мог упустить такого случая, поскольку мода на все полярное автоматически способствовала коммерческому успеху «арктического аромата», призванного ассоциироваться с доблестями сильной половины человечества. Мужской одеколон Брокара, появившийся в парфюмерных лавках в 1910 году, получил лаконичное имя «Северный». Запах и название одеколона были изобретены в парфюмерном товариществе, а вот внешний облик «Северного» свидетельствовал о вмешательстве незаурядной художественной воли, настолько мощной, что ни в прошлой, ни в будущей деятельности брокаровской фирмы аналогий этому шедевру не было. Как, впрочем, и во всей парфюмерии XX века.

Одной из самых судьбоносных работ Малевича стала заумная картина-манифест 1913 года «Корова и скрипка» (справа). Художник вызывающе процитировал фольклорный образ, полемически противопоставив его скрипке, другой пластической цитате, взятой из элитарного радикального искусства – кубизма. Заимствование «готовой» коровы с вывески предшествовало более раннее цитирование хрестоматийно-стереотипного изображения белого медведя, взятого из «окружающей среды» – журналов и газет с фотографиями полярной экспедиции. Цитирование было тем более необходимым, что корову Малевич в своей жизни видел, а белого медведя, скорее всего, нет.

Right: Kazimir Malevich, Cow and Violin, 1913. State Tretiakov Gallery

Внизу: декоративная головка флакона для одеколона «Северный». 1910-е
Below: top of the bottle for eau-de-Cologne Severyn, 1910s



ведя и большого айсберга недвусмысленно свидетельствуют о том, что перед нами произведение пейзажного жанра – представлен знаковый полярный ландшафт со стаффажной фигуркой, детализирующей и уточняющей его географическую принадлежность.

Своебразная пластика стеклянной скалы потребует от нас экскурса в другую заказную работу Малевича тех же месяцев. Кругой айсберг был своеобразной трехмерной вариацией графического мотива одного из рисунков художника на тему спектакля «Анатэма», поставленного Московским Художественным театром по символистской драме Леонида Андреева. Главным действующим лицом пьесы был сатана, посетивший, а затем покинувший Москву после ряда произведенных чудес (мы обречены опознать в нем предшественника булгаковского Воланда).

Драма «Анатэма» увидела сцену в октябре 1909 года в режиссуре В.И.Немировича-Данченко и В.Б.Лужского; оформил ее штатный художник МХТ В.А.Симов. Немалый успех спектакля во сто крат возрос из-за общественного скандала: циркуляром Столыпина от 9 января 1910 года постановка была запрещена и в Москве, и по всей России, поскольку православное духовенство узрело в «Анатэме» кощунственные параллели с Евангелием.

Еще до столыпинской анафемы фотограф и издатель К.А.Фишер опубликовал альбом с большими снимками героев и мизансцен спектакля. После запрета другой издатель, Ю.Лепковский, поспешил выпустить свою папку с картинками из «Анатэмы». Так появились на свет заказные рисунки Малевича на темы символистской трагедии, вышедшие в виде альбома гелиогравюр в январе 1910 года.

Перерисовав постановочные фотографии Фишера, воспроизведившие сценографию Симова, Малевич, если воспользоваться современными понятиями, «апроприировал» и то, и другое. Однако его листы были маркированы монограммой «КМ», а иногда и подписи «К.Малевич» – в те годы ничего не знали об авторских правах...

Одна из иллюстраций и представляет особый интерес в свете нашей парфюмерной темы: посреди горного пейзажа странно прилепленный к боку пропасти Анатэма в отчаянии вздыхает руки к посланцу небес. Фигура в широкой рясе с капюшоном возвышается на грубо граненном каменном пике...

Возвращаясь к стеклянной скале Малевича, отметим, что нарушение основополагающей функции парфюмерной посуды повлекло за собой и остальные профессиональные несущие особенности. Во флаконе и помина нет округлой симметрии, обязательной для изящных парфюмерных пузырьков. Он тяжеловесен, угловат и асимметричен. К тому же глыбу флакона увенчивает отнюдь не изысканная пробка, а медве-

жья фигура на массивной объемной вершине.

Непрофессиональность флакона «Северный» усугубляется также его конструктивными излишествами: в нем не два элемента, как обычно, – флакон и пробка, – а три. Верхушка айсберга с медведем на самом деле чистая декорация, это съемный набалдашник, под которым спрятана настоящая пробка; волнистая антифункциональность устройства приводила к преждевременным утратам то пробки, то крышки.

«Северный» – одна из первых известных нам игровых конструкций парфюмерного сосуда с избыточной неутилитарной головкой. Однако новшество Малевича, целиком обусловленное пластической образностью флакона, имело развитие. Декоративный набалдашник, маскирующий пробку, использовался еще несколько раз. Но и у самих Брокаров, и у других парфюмеров трехчастные флаконы появились после 1910 года.

Странности флакона «Северный» этим отнюдь не исчерпываются. Неправильные широкие плоскости гранят и основной объем, и съемную вершину, словно сколы льда – настоящий айсберг. Полупрозрачная скала будто бы говорит об общей природе льда и стекла: лед – это отвердевшая вода, стекло – это застывшая жидкая смесь. Малевичевский флакон не только *казался* скалой из замерзшей воды, трансформи-



Казимир Малевич. Сцена из драмы Леонида Андреева «Анатэма». 1909. Гелиогравюра из «Юбилейного альбома Московского Художественного Театра» Kazimir Malevich, scene from Leonid Andreev's *Anatema*, 1909, heliogravure from Jubilee Album of Moscow Art Theatre



руя в художественный образ природный пейзаж, но и был застывшим куском некогда текучей прозрачной массы.

Вторя естественному собрату, стеклянный айсберг покрыт трещинами, словно льдина весной. Серебристая паутина кракелюра зависает в его матовой глубине. И это – очередная уникальная особенность проекта, поскольку во всей мировой парфюмерии до нынешнего дня не удалось найти ни одного флакона из традиционного стекла-кракле. Искрящаяся игра трещин в ледяной полупрозрачности флакона во многом зависит от освещения, она особенно впечатляюща при попадании на его поверхность прямых солнечных лучей. (Через три года Малевич поразит публику световыми эффектами в сценографии футуристической оперы «Победа над Солнцем»).

Венчающее стеклянный айсберг изображение хозяина Арктики одновременно и статично, и динамично: медведь уперся передними лапами в лед перед уходящей вниз пропастью, а две задние еще шагают. Скульптурная миниатюра отличается тонкой разработкой деталей: здесь и фактурные прядки шерсти, и отдельные ступни всех четырех лап, и хвостик, здесь и монументально-обобщенная, несмотря на малые размеры, морда.

В первозданном флаконе «Северного» в недрах вершины-головки скрывается тщательно притертый к горлышку «грибок». Внутренняя

пробка – из того же материала, а потому невидима и не нарушает матовой прозрачности всего флакона.

Трансформации

Брокаровские флаконы для «Северного» изготавливались на стекольном заводе под Пензой, основанном в 1764 году дворянским родом Бахметьевых. Через сто с небольшим лет последний представитель рода завещал Бахметьевский завод своему внучатому племяннику, князю Д.А.Оболенскому; его наследником стал А.Д.Оболенский. И здесь самое время остановиться на рассмотрении неверных сведений, бытующих в истории малевичевского флакона.

Оболенский, даром что князь, обнаружил вполне буржуазную предприимчивость и желание идти в ногу с веком. В 1900-е годы он пригласил на свой завод в качестве «худрука» Адель Яковлевну Якобсон. Художница разрабатывала формы разнообразных стеклянных изделий, в ее ведении находилась также парфюмерная посуда.

Проект, поступивший от «Товарищества Брокар и К°» в московскую контору завода Оболенского, был передан для перевода в материал на предприятие под Пензой. Имя «Малевич» никому ничего не говорило, а скорее всего, на присланном из Москвы рисунке-проекте его и в помине не было.

Мы уже никогда не узнаем, почему Брокар заказал эскиз флакона нищему художнику в пальто с чужого плеча, до тех пор делавшему для него только этикетки. И не только заказал, но одобрил и пустил в поточное производство изделие, напрочь выламывавшееся из всех традиций парфюмерной посуды

Сменялись социальные формации, сменялись цари, вожди, лидеры, президенты, менялся народ огромной империи, менялись пространства самой империи, а стеклянный айсберг вписывался во все интерьеры, находил себе место на мебели всех стилей и полного бесстилья – на комодах, туалетных столиках, трюмо, полках ванных комнат

Клинические опыты известных врачей

Theodore CHAMPION & CIE

Воплощение брокаровского заказа подготовила ответственная за технологию Адель Якобсон. Люди на заводе знали, что именно она внедряла в производство «медведя на скале»; естественно, ее и числили автором стеклянного айсберга. Да и сама художница-технолог, очевидно, считала себя создателем флакона: проект проектом (да еще безымянным), но ведь это она «прорызела предмет».

Следует подчеркнуть, что вплоть до отъезда в Москву в 1921 году Адель Якобсон была автором почти всех новых моделей бывшего Бахметьевского завода. В советские времена опытная художница стала художественным руководителем всероссийского стекольного производства. Как технолог-конструктор, она создавала образцы для стеклянных изделий; ее авторские произведения поступали в музеи. Но в наследии Адели Якобсон нет ни одной работы, пренебрегающей спецификой утилитарного стеклянного дела в угоду «чистому искусству». Как всякий превосходный мастер, художница чтила традиции и законы своего ремесла.

В силу профессионализма, очевидно, именно ей пришлось вести последовательную борьбу с малевичевским проектом в предвоенные годы. Оригинальный брокаровский флакон «Северного» выпускался до 1921 – 1922 года. С 1925 года

Якобсон, уже переехавшая в Москву, участвовала в качестве руководителя в восстановлении полного выпуска сортовой посуды на «Красном гиганте», своем некогда родном заводе. Флакон Малевича пережил первое «технологическое усовершенствование», читай – упрощение. Жертвой его пала светоносность первозданного проекта. Теперь серебряные лучики уже не играли в толще стенок: кракелюры имитировались прессом. Однако внутренняя пробка оставалась притертой, фигурка медведя по-прежнему обладала выразительной мордочкой, у зверя был хвостик и четыре лапы; две задние еще шагали...

В последующие десятилетия флакон претерпел очередную трансформацию. Объемная композиция осталась прежней, но вот статуэтка полярного обитателя слилась воедино с вершиной скалы: медведь «леденец» теперь стоял как вкопанный на двух столпообразных опорах, плавно перетекавших в позем; условный пунктир механических черточек был «рябью» приподнят шерстя; округлый тыл зверя лишен был и намека на хвостик; в анфас на мордочку глядеть было нечего – правый и левый профиль не совпадали. Притертая пробка была заменена на завинчивающуюся латунную – ярко-желтый колпачок безмятежно сиял сквозь матовую вершину, разоблачая ее бутафорность. С небольшими

Вверху: использование «полярного бума» в рекламных целях. Журнал «Нива», 1911
Above: using "polar boom" for advertising purposes, magazine Niva, 1911



модификациями флакон в этом виде выпускался вплоть до конца XX века. Вариации касались прежде всего внутреннего устройства: латунный колпачок был заменен на пластмассовый, но пик скалы по-прежнему свободно насаживался сверху на тело флакона.

В 1990-е годы решили радикально бороться с антифункциональностью набалдашника: в верхушку айсберга была впаяна полимерная пробка, и теперь всю вершину-колпак надо было навинчивать на горло сосуда – фигурка медведя стала своеобразной ручкой. Впрочем, это «усовершенствование» держалось недолго, от него быстро отказались, поскольку вершина уже не касалась тела айсберга, а смешно возвышалась над ним на тонкой ножке горлышка.*

«Массовка»

Оригинальный брокаровский флакон «Северного» с искрящейся игрой кракелюр и выразительной скульптурной пластикой является, безусловно, вещью музейного уровня.** Однако и сам Брокар, и «Новая Заря» полагали его изде-

лием массового спроса. Он и стал «массовкой», но какой! Сменялись социальные формации, сменялись цари, вожди, лидеры, президенты, менялся народ огромной империи, менялись пространства самой империи, а стеклянный айсберг вписывался во все интерьеры, находил себе место на мебели всех стилей и полного беспстия – на комодах, туалетных столиках, трюмо, полках ванных комнат...

Недорогой демократический «Северный» не принадлежал к туалетной воде высокого класса. Однако аромат одеколона никого не волновал,

* До наших дней дошел единственный полностью укомплектованный брокаровский флакон, маркированный буквами ТЖ, то есть выпущенный до 1922 года. Этот уникальный флакон – воплощение первозданного проекта Казимира Малевича – хранится в частном собрании в США.

** Брокаровская фирма и до революции, и в советские времена хранила образцы своей продукции, однако ни во внутреннем «производственном» музее, ни в музее, открытом при бутике «Новой заря», брокаровского флакона нет: здесь экспонируется флакон 1961 года, сопровождаемый безымянным техническим чертежом-спецификацией. Более того, специалисты фирмы неизвестно даже о существовании проекта из стекла-кракле. Автором флакона сотрудники музея называют А.Якобсон.

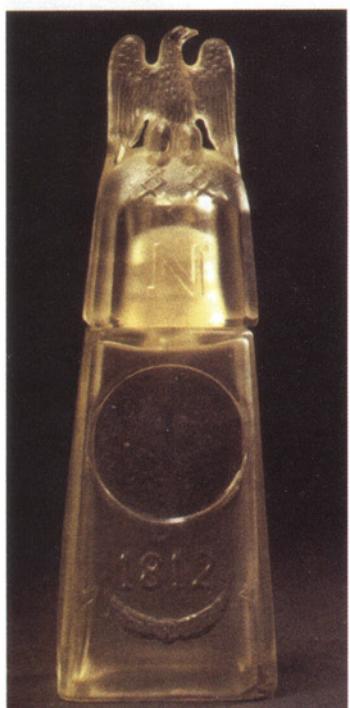


Вверху: Казимир Малевич. 1914
Above: Kazimir Malevich, 1914

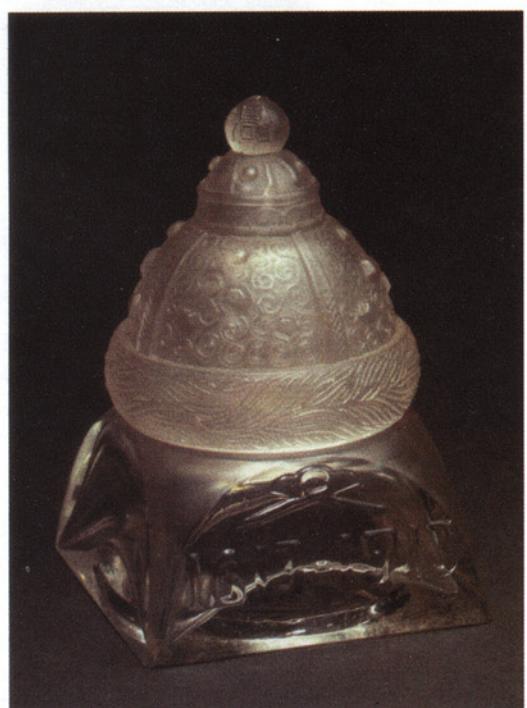
Эволюция проекта Малевича: флакон, выпущенный фабрикой «Новая заря» в 1930-е (слева) и флакон 1990-х
Evolution of Malevich's project: bottle produced by Novaya Zaria factory in 1930s (left)
and bottle of 1990s

**Флакон, по сути дела,
был сплошной
«пощечиной» –
пощечиной специфике
парфюмерной посуды,
пощечиной самой
парфюмерии,
пощечиной скульптуре,
пощечиной хорошему
вкусу, пощечиной
утилитарности**

Развитие идеи трехчастной парфюмерной посуды. Слева – флакон для одеколона «В память 100-летия Отечественной войны 1812 года», выпущенный «Товариществом А. Сиу и К°» (1912). Справа – флакон для духов «В память 300-летия Дома Романовых», «Товарищество Брокар и К°» (1913) Evolution of the idea of a three part perfume bottle. Left: bottle for eau-de-Cologne In Commemoration of Centenary of the Patriotic war of 1812, produced by A. Siu & Co Partnership (1912). Right: bottle for perfume In Commemoration of Tricentenary of the House of Romanovs, Brocard & Co Partnership (1913)



Русская парфюмерия конца XIX – начала XX вв. М., 1998



Русская парфюмерия конца XIX – начала XX вв. М., 1998

покупали его не из-за запаха – то есть успешность парфюмерного изделия не имела никакого отношения к парфюмерии.

Мы привыкли, что залог привлекательности и стилистического долголетия – элегантная простота и функциональность изделия. Вот уж чего не скажешь про стеклянный айсберг – несуразный, массивный, неудобный. Флакон, по сути дела, был сплошной «пощечиной» – пощечиной специфике парфюмерной посуды, пощечиной самой парфюмерии, пощечиной скульптуре, пощечиной хорошему вкусу, пощечиной утилитарности... Он настолько выламывался изо всех рамок, что сумел выломаться также из рамок своего времени и единственным изо всех парфюмерных собратьев-флаконов шагнуть из малого времени в большое.

Через тринацать лет после настольного айсберга Малевич спроектирует супрематический чайник с запаянным носиком – чтобы, не дай бог, кому-нибудь не пришло в голову использовать его в утилитарных целях. В пандан к архитектону-чайнику художник создаст чайную полушашку, применять которую по назначению также затруднительно – то чашка опрокидывается при наливании чая, то нос мешает. Эти проекты были провокационно внеутилитарны. Малевич давал бой ненавистному конструктивизму, низведшему искусство, по его мнению, до положения «лакея», обслуживающего «морду жизни». Создание антифункционального «функционального предмета» без/предметник мыслил битвой на территории противника.

В 1910 году стеклянный айсберг не имел, какказалось, таких амбиций: до супрематизма

было далеко, до конструктивизма еще дальше, не говоря о прихотях диктаторов дизайна.

Айсберг не стеснялся быть собратом бесмертных базарных ковриков со сценами земного парадиза; он по сути своей был «анонимным», ибо его обещание счастья опиралось на глубины коллективного подсознания. Иррациональность его «красоты» (или без кавычек?) усиливается еще и тем, что материальное воплощение – пафос и гордость «производственного искусства», конструктивистов, фанатов хай-тека – не играет, по сути дела, большой роли. Трансформации, пережитые флаконом, не убили его, народ ценит в нем прежде всего «прекрасную утопию».

Волшебные ощущения будил массивный угловатый флакон с задумчивым медведем, взглядавшимся в экзотические просторы: это он заставил близких Малевича окрестить одеколон «Северным сиянием» – конечно же, белый медведь должен был лицезреть нечто небывалое, прекрасное. Таким «медведь на скале» и красовался на протяжении всего XX века в витринах и на прилавках; приобретая его, на самом деле покупали «северное сияние», уносили домой романтическую мечту.

Для человека творческого склада высшее достижение – создать «народное произведение», настолько востребованное людьми, что наличие у него автора становится просто маловажной подробностью. Знаменитый кутюрье Ив Сен-Лоран на вопрос о мечте ответил: «Я бы хотел быть создателем джинсов». Увы, в своей карьере он взял все заоблачные пики, но создание модели, хоть отчасти такой же популярной и интернациональной, как джинсы, оказалось для него недосягаемой вершиной.

Малевич покорил подобную вершину, этого даже не заметив. Фольклорный «медведь на скале» прожил XX столетие без автора – сам по себе. Его родитель, сумевший из анонимной формы черного квадрата создать бессмертный авторский шедевр во славу Искусства, не осознавал, что его великому творению предшествовал «внебрачный сын», который был люб народа и без отцовской фамилии.

P. S. И в завершение: автор настоящей статьи, много лет охотившийся за «медведем на скале», предлагает акционерам московского ЗАО «Новая Заря», во-первых, вернуть имя настоящего создателя флакону для одеколона «Северный»; во-вторых, считать эту публикацию развернутым авторским проектом-заявкой на восстановление (реконструкцию) выпуска уникального флакона для одеколона «Северный», созданного Казимиром Малевичем в 1910 году.

Александра Шатских
доктор искусствоведения