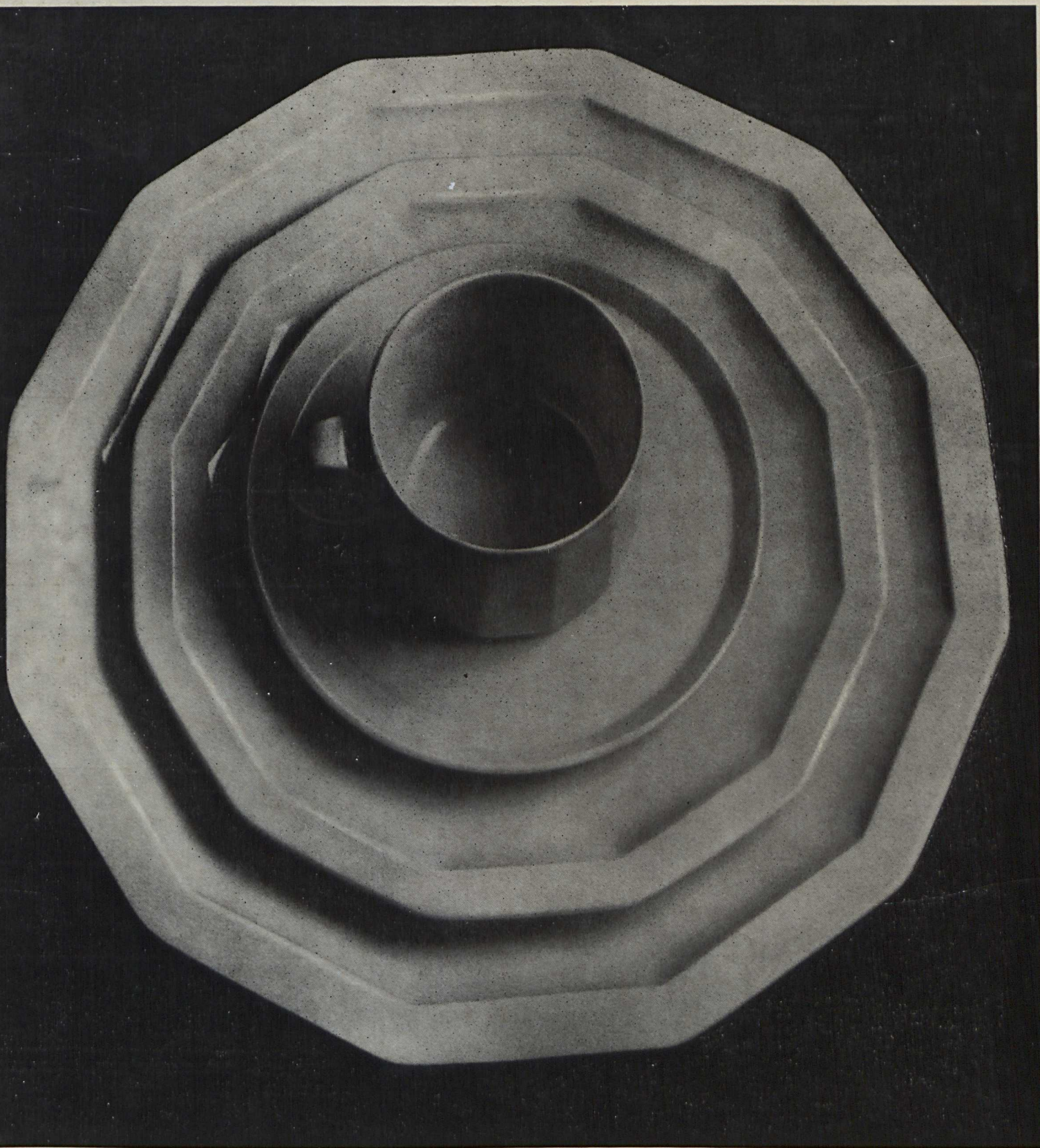


2022

Декоративное Искусство СССР



1973 | Ежемесячный журнал Союза художников СССР
10 | 191

Декоративное Искусство СССР

журнал современной практики,
теории и истории
монументального и декоративного
искусства,
художественной промышленности
и народного творчества,
художественного проектирования
и дизайна

Ежемесячный журнал
Союза художников СССР. 10(191). 1973
Основа в 1957 году

Редакционная коллегия

Главный редактор	Лагур М. Ф.
Зам. главного редактора	Кантор К. М.
	Бескинская С. М.
	Бородай В. З.
	Василенко В. М.
	Иконников А. В.
	Королев Ю. К.
	Крюкова И. А.
	Кума Х. Р.
	Левашова А. А.
	Леонов П. В.
	Литанишвили О. А.
	Луппов Н. А.
	Обух В. А.
	Рахимов М. К.
	Рождественский К. П.
	Розенблюм Е. А.
	Смирнов Б. А.
	Толстой В. П.
	Хан-Магомедов С. О.

Ответств. секретарь	Кельман Л. М.
Зав. отд. редакции:	Базазьянц С. Б.
	Крамаренко Л. Г.
	Невлер Л. И.
	Смирнов Л. М.
	Уварова И. П.
Главный художник	Шкаровская Н. С.
	Курбатов К. К.

Художник номера	Курбатова Т. М.
Худ.-техн. редактор	Штейнер Л. М.
Корректор	Кузьмичева Н. К.
Фотохудожник	Кочетов Г. П.
Фото	Буланова Г.
	Зуева Ю.
	Онанова С.
	Тартаковского С.
	Шумского Б.

В № 8 на стр. 12 неправильно
указан автор афиши
Литературно-мемориального
музея Ф. М. Достоевского.
Следует читать:
И. Ключарева.

Издательство
© «Советский художник»
125319 Москва
ул. Черняховского, 4а

Адрес редакции
журнала: 103009
Москва, К-9, ул. Горького, 9
тел. 229-19-10, 229-68-45

Рукописи не возвращаются
Сдано в набор 17.X.1973
А12198.17.X.1973
Бумага мелованная
Формат 70×90¹/₈
Бумажных листов 3,5
Учетно-издательских листов 9,2
Условных печатных листов 8,49
Печатных листов 7
Зак. 4212. Тираж 24790
Цена в р. 20 к.
Индекс 70240
Московская типография № 5
«Союзполиграфпрома» при
Государственном комитете
Совета Министров СССР
по делам издательств,
полиграфии и книжной
торговли. Москва,
Мало-Московская, 21.

В номере:

1

Л. Переверзев

Человек — вещь — человек

11—30

Проблемы массового производства
бытовых изделий
(дискуссии, мнения, интервью)

«Художник должен видеть будущее»

15

«Сейчас нам не до художника»

19

«Хотим работать с художником»

23

«Художник обязан быть конструктором»

27

«Художник идет к покупателю»

31

Н. Воронов

Художник и инженер: проблемы
сотрудничества

34

Н. Степанян

Выставка в Манеже

43

А. Рябушин

Среда — мера всех вещей

47

В. Ковригина

Специфика экономики художественных
промыслов

50

Л. Казакова

Образец для массового производства

53—55

Хроника

56

Страница коллекционера

И. Работнова

Набивные ткани конца 20-х — начала
30-х годов

Л. Переверзев

Человеческое существование немислимо вне вещей.

Вещи составляют искусственное продолжение органов человека — таковы орудия, с помощью которых мы преобразуем физическую материю, например, добывая себе пищу или создавая другие вещи, в том числе и машины, способные осуществлять подобные преобразования и без прямого участия человека.

Вещи образуют также механическую оболочку — своего рода наружный скелет, защищающий человека от разрушительных воздействий стихий — такова наша одежда, таковы здания, в которых мы живем и работаем, таковы города, самой этимологией этого слова напоминающие о задаче **ограждения** человеческого коллектива от опасностей окружающей среды. Наконец, все без исключения вещи выступают в качестве носителей той или иной информации, оказывающей непрерывное воздействие на нашу восприимчивость, поведение и мышление.

Вещи создаются людьми для удовлетворения различных человеческих потребностей, решения человеческих задач и реализации человеческих целей. Однако, будучи созданными, вещи, как и все другие продукты человеческой деятельности, приобретают относительную самостоятельность и начинают жить по своим собственным законам. Люди вынуждены подчиняться этим законам пока и поскольку они не располагают возможностью изменять структуру вещного мира в том направлении, которое представляется им желательным и необходимым. Поэтому с точки зрения дизайнера проблема проектирования вещей оказывается прежде всего проблемой выбора соответствующего направления, а уже затем — тех или иных проектных решений.

Для того чтобы такой выбор был достаточно глубоко обоснован, дизайнер

**ЭТОТ НОМЕР МЫ ПОСВЯЩАЕМ АКТУАЛЬНЫМ
ПРОБЛЕМАМ МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА ВЕЩЕЙ
ДЛЯ БЫТА
В ЭТОМ НОМЕРЕ МЫ УТВЕРЖДАЕМ: ПРОИЗВОДСТВО
ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ НЕ МОЖЕТ
ОБОЙТИСЬ БЕЗ ХУДОЖНИКА
ЭТИМ НОМЕРОМ МЫ ПОДЧЕРКИВАЕМ: СРЕДСТВА
МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА ДОЛЖНЫ СТАТЬ
НОВЫМ ИНСТРУМЕНТОМ СОВРЕМЕННОГО
ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТВОРЧЕСТВА**

должен уверенно ориентироваться в ситуации людей и вещей, связанных между собой как прямой, так и обратной зависимостью. Структура этой зависимости исключительно сложна: она представляется сетью из множества технико-экономических, социально-психологических и культурных связей, находящихся в процессе непрерывного изменения и развития.

Практическая необозримость всего конкретного многообразия этих связей вынуждает нас волей-неволей обращаться к упрощенным моделям, позволяющим выделить несколько характерных типов взаимодействия людей и вещей в сфере их проектирования, производства и потребления.

Еще совсем недавно, 10—15 лет назад, многие художники и дизайнеры усматривали главную беду предметного мира в его хаотичности.

Путь к упорядочению и гармонизации казался ясным: дизайнер должен выявить функцию каждой вещи и найти адекватную этой функции форму.

Безупречный в теории, на практике этот путь нередко недопустимо упрощался: функция понималась в грубо-утилитарном, а форма — в

СТД. ИСКУССТВА И
ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЙ
ПРОДУКЦИИ

механически-конструктивном смысле: стул — опора для сидения, костюм — оболочка для термозащиты тела, чайный сервиз — система резервуаров для хранения и перемещения жидкостей.

Дом — машина для жилья.

Вещи, спроектированные по этой методике, восхищали безукоризненно элегантным, простым и экономным решением точно поставленной формально-технической задачи.

Одновременно немало полемической энергии и прямо-таки иконоборческой страсти было затрачено на сокрушение «вещного фетишизма», заставляющего обывателя (и не только обывателя) с упорством цепляться за привычные формы вещей, безнадежно устаревших по сравнению с научно обоснованными передовыми проектами рационально спланированной, удобной, экономной, красивой, целостной и гармоничной предметной среды.

Все это со временем как будто принесло плоды: с какого-то момента массы людей внезапно прозрели и с лихорадочной поспешностью, словно наверстывая упущенное, принялись очищать свои дома от бабушкиных и дедушкиных кресел, буфетов, гардеробов; их место занимали гладкие параллелепипеды серых, зеленовато-голубых и кремовых шкафов, низкие, покрытые пластиком или полированные журнальные столики и кресла на паучьих ножках — все то, что называлось «современным стилем» или «неофункционализмом».

Но затем случилось нечто никем не предвиденное.

За какие-нибудь три—четыре года все, кто считают себя экспертами в вопросах хорошего вкуса или внимательно прислушиваются к мнению таковых, не только полностью реабилитировали вещный консерватизм своих бабушек и дедушек, и повели себя как убежденные и последовательные архаисты, настойчиво охотясь за ветхими комодами, трельяжами, этажерками, жардиньерками, складными ширмами, бронзовыми канделябрами, конторками, ломберными столиками и другими реликтами, символизирующими в их сознании Прошлое. Не вдаваясь здесь в анализ социо-культурной подоплеку вышеописанной реориентации массовых предпочтений (сколько-нибудь развернутый разбор этой темы потребовал бы отдельной статьи), отметим одно интересное для нас обстоятельство.

Антифункционалистский переворот второй половины 60-х годов не был специально подготовлен ни дизайн-теоретиками, ни проектировщиками-утопистами (хотя, конечно, у него были свои пионеры и свои лидеры). Он произошел как бы стихийно, вопреки доминировавшим в то время концепциям дизайна и не получая какой-либо профессиональной поддержки.

В известном смысле этот переворот может быть назван не только антифункционалистским, но и антидизайнерским, то есть направленным против стремлений небольшой группы специалистов-проектировщиков в централизованном порядке предложить людям полностью готовую и законченную модель их вещного окружения.

Кризис «неофункционализма» был вызван не только тем, как это иногда говорится, что людям надоели прямые углы, плоские поверхности и однотонная окраска: анализируя его, мы обнаруживаем, что в исходных проектных установках дизайнеров был один существенный изъян. Мы имеем в виду чересчур одностороннюю модель взаимодействия человека и вещи.

В плане материального бытия все «полезные» вещи действительно суть различные орудия и устройства для выполнения определенных физических операций.

Но те же самые вещи являются и знаками культурной и групповой принадлежности, инструментами престижа, символами выбираемой роли и занимаемого статуса, соучастниками и проводниками нашей активности в общении с другими людьми.

Предметная же среда, построенная по всем правилам строгого функционализма, очень плохо отвечала подобного рода запросам, и потребители были вынуждены заполнять символическую и эмоциональную брешь, образовавшуюся в их вещном мире, собственными силами.

С некоторым опозданием, но зато с тем большим пылом по тому же пути двинулись и сами дизайнеры. Совершив поворот на 180° и с презрением отвернувшись от вчерашних кумиров — вещей, произведенных машиной и подтверждающих этот факт всем своим обликом, художники стали на все лады превозносить прелесть и несравнимое очарование рукотворных вещей, неповторимых в своей единичной индивидуальности.

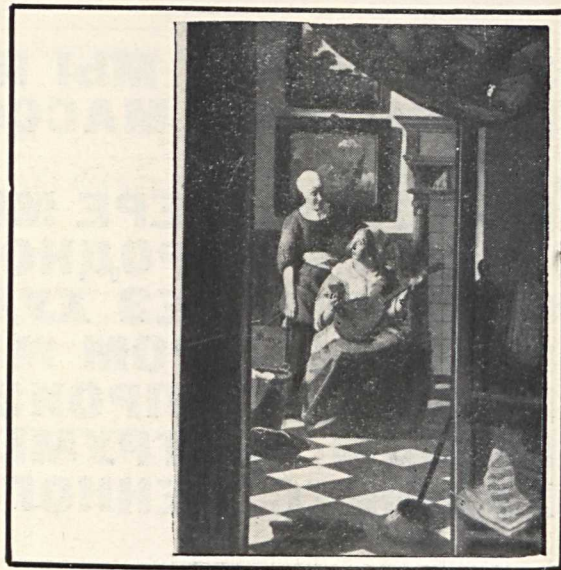
Но тем самым они пришли к противоречию с объективной хозяйственно-экономической тенденцией времени — с жизненной необходимостью массового индустриального производства.

*

Главным источником вещей в сегодняшнем мире может быть только индустрия, ибо никакое ручное, традиционно-ремесленное производство не в состоянии удовлетворить все возрастающую нужду в разнообразных предметах широкого потребления.

Но промышленность стремится прежде всего увеличить количественный выход своей продукции.

Когда забота о качестве возлагается на инженеров-конструкторов и



Ян Вермейер
Дельфтский
«Письмо»

технологов, она преследует повышение эффективности, надежности, экономичности и других материально-физических показателей выпускаемых изделий, но не распространяется на ряд других, не менее важных и объективных, хотя и не столь легко измеримых свойств вещи, составляющих ее культурно-эстетическое значение и ценность. Не задумываясь об этой стороне дела производственники склонны уменьшать роль художника в промышленности.

Производство подчас отказывается внедрять новые предложения художников по той простой причине, что старые образцы изделий продолжают пользоваться неуменияющим спросом, а перестройка на новую модель, требующая немалых сил, материалов и средств, не только не даст ощутимых экономических выгод, но, напротив, приведет к перебоям в выпуске текущей плановой продукции.

Разумеется, рано или поздно спрос на изделие старого образца все-таки падает в результате его моральной и эстетической девальвации, и тогда волей-неволей приходится обратиться к художнику с просьбой создать нечто новое.

Для того чтобы подобные ситуации не оказывались полной неожиданностью и не приводили к периодически повторяющимся состояниям прорыва и аврала, промышленности, казалось бы, следовало, во-первых, уделять значительно больше внимания анализу и прогнозированию не только количественного, но и качественного (в том числе эстетического, «вкусового») спроса на различные типы предметов массового потребления, а во-вторых — всемерно поощрять перспективное художественное проектирование нового ассортимента (стараясь увязывать его с параллельной разработкой инженерно-конструкторских проектов модернизации и переоснащения производственной технологии и оборудования).

Выполнение этих условий означало бы, по сути дела, переход данной отрасли промышленности на более высокий уровень оптимизации своей производственно-экономической и технической политики. Оно позволило бы также сократить бросающийся в глаза разрыв между эстетическими достоинствами проектных образцов, создаваемых дизайнером вручную (то есть традиционно-ремесленными методами), и неизмеримо уступающими им серийными изделиями того же типа. Не будем, однако, чересчур поспешно и односторонне обвинять инженеров-производственников в пренебрежении тем, что сегодня не входит в круг их прямых задач и обязанностей.

Спросим лучше, сознают ли художники и дизайнеры свою долю ответственности за деформацию и деэстетизацию вещного мира наших современников и используют ли они все ресурсы своих знаний, умений и способностей для поисков выхода из создавшегося положения.

*

Нам могут возразить здесь, что роль пассивного слуги и «непонятого гения» принимается на себя художником вынужденно, что она буквально навязывается ему несовершенством существующей технологии, да и вообще всей системой традиционно сложившихся отношений между дизайнером и производством.

Спору нет, указанные причины сплошь и рядом вынуждают дизайнера отказываться от первоначального замысла и идти на неизбежный компромисс в отношении ассортимента, типа, материала, формы, цвета, отделки и других элементов образа, предусмотренного первоначальным проектом.

Но не бывает ли и так, что, критикуя технологию за неспособность адекватно воспроизвести какой-то определенный круг формальных структур, давно освоенных традиционным искусством, художники склонны не замечать скрытых в той же технологии путей и средств принципиально нового формотворчества.

Потенции такого рода объективно существуют, но их актуализация предполагает и даже требует предельно смелого и оригинального художественного мышления.

Для этого требуется также гораздо более тесное, чем раньше, двустороннее общение и сотрудничество с инженером-конструктором и технологом; сотрудничество, начинающееся не на стадии запуска в серию, а уже в период поиска и обдумывания исходной идеи будущего проекта.

Уже сейчас можно назвать в качестве примера по крайней мере одно направление или опытное поле, где можно было бы поставить ряд интересных и плодотворных художественно-технических экспериментов. Мы имеем в виду электронику — отрасль промышленности, на первый взгляд предельно чуждую сфере художественного создания бытовых вещей.

Начнем с наиболее очевидного: задача техники телевидения, составляющей сегодня раздел оптоэлектроники, заключается в максимально точном воспроизведении формы и цвета видимых предметов. Обычно такое воспроизведение происходит на плоскости, но голография создает уже иллюзорные фигуры, размещенные в трехмерном пространстве, а та же самая техника, снабженная специальными исполнительными механизмами, способна воспроизводить не только видимый облик, но и вещественно-осязаемые физические структуры предметов самой сложной, необычной и прихотливой конфигурации, сделанных из стекла, пластмассы, металла и других материалов.



Ф. Леже
«Досуг».

Импульсный высоковольтный разряд, поток быстро летящих электронов, луч лазера и ряд других электромеханических преобразователей в состоянии резать, гравировать, гранить, чеканить, ковать, вязать, плести, вышивать, металлизировать, шлифовать, покрывать патиной, наносить муар, штриховать, окрашивать, создавать тончайшие узоры и орнаментальные композиции с точностью и быстротой, превосходящей все известные до сих пор способы художественной обработки материала.

Позволяя получать копии, не отличимые от оригинала, электронная технология открывает путь к преодолению самого серьезного и, казалось, принципиально неустранимого недостатка или врожденного порока художественной индустрии — унифицированного, стандартного характера массовой продукции.

Управляемые быстродействующим компьютером электронно-механические исполнительные устройства способны придавать неповторимо индивидуальные черты каждому из выпускаемых ими единичных изделий. Не исключено, что в будущем мы столкнемся с ситуациями, когда экономически более выгодным станет массовое производство не унифицированных, а разумно индивидуализированных вещей; при этом гибкая обратная связь с потребителями позволит промышленности работать не только на сбыт, но и на персональный заказ.

Самое же существенное заключается в том, что электроника может не только копировать рукотворные образцы, но служить для синтеза совершенно новых вещественных форм, становясь тем самым исключительно легким, чутким и послушным **инструментом творящего художника-дизайнера.**

Однако для успешного овладения этим инструментом нужно прежде всего изменить негативную установку художника по отношению к «машине», научившись видеть в ней не исконного врага всякого творчества, но определенный орган, созданный и непрерывно совершенствуемый человеком для более эффективного выполнения человеческих по своему типу и цели функций.

Иными словами — не равняться на машину, но давать ей все более сложные задания, ориентированные на новые художественные цели. Оставаться же в нынешних обстоятельствах на позиции прикладника-традиционалиста, упорно отказывающегося от всякого исследования подобных возможностей, — значит увековечивать такую ситуацию отношений между промышленностью и художником, при которой последний всегда будет ощущать себя «лишним человеком», выключенным из процесса активного формирования современной предметной среды.

Спору нет, сегодня найти свое место в этом процессе значительно труднее, нежели в те дни, когда вещь почиталась тем более прекрасной, чем очевиднее она выражала свое утилитарное назначение, конструктивное совершенство и технологичность изготовления.

В нынешних условиях художнику придется прежде всего спросить себя, насколько основательно и глубоко способен он охватить весь комплекс равно важных, но существенно разнохарактерных утилитарных и символических требований к вещи и достаточно ли у него профессиональных средств для того, чтобы превратить создаваемые им объекты в органическую часть подлинно человеческого, то есть исключительно сложного, многозначного и полифункционального предметного мира?

Содержание этого вопроса перерастает рамки проектных методик и проблематику вещного потребления как такового; оно предполагает включение в более широкий контекст целей, задач и ориентиров общенародного культурного строительства.

*

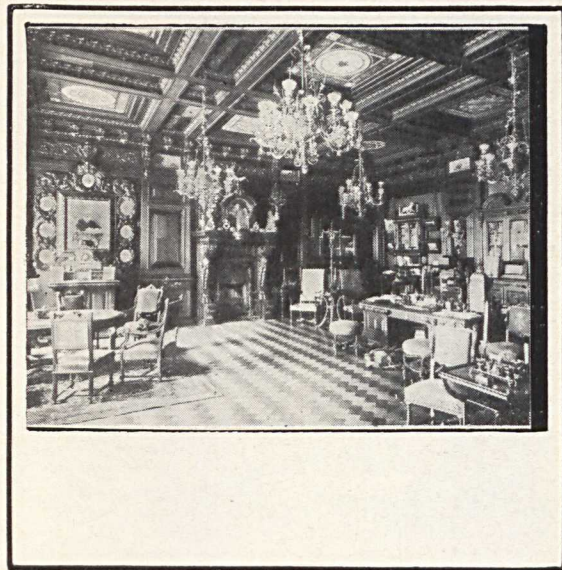
Художники часто жалуются на неразвитость вкуса массового потребителя, на его неумение и даже нежелание прочитывать в новых формах вещей общий жизненный ритм, движение и пластику нашей эпохи.

На это мы зададим еще один встречный вопрос: если сам художник-дизайнер, создавая новую вещь, не имеет достаточно конкретного представления о перспективах «жизненного пути» этой вещи в человеческом мире и о тех реальных отношениях, в которые она может или должна вступать, то способен ли такой дизайнер целенаправленно **формировать** подобные отношения?

По здравом размышлении нам придется в конце концов признать, что, экспонируя на выставке или выбрасывая на прилавок магазина «вещь саму по себе» — неважно единично-изолированную или включенную в ансамбль, — дизайнер в принципе не в силах сформировать у потребителя никакого иного отношения, кроме «нравится — не нравится» (базирующегося на прямом соотношении предлагаемого с тем, что сегодня **считается** хорошим, красивым, модным, полезным, должным и т. д.).

В этом случае не приходится говорить о каком-либо развитии художественного вкуса потребителя, потому что такое развитие предполагает ту активность сознания, которая возникает лишь в особых условиях, при наличии специальной стимуляции и тактичного руководства со стороны эксперта.

Научить людей правильно ориентироваться, делать сознательный выбор



Интерьер кабинета.
Конец XIX в.

и надлежащим образом вести себя с вещами — вот задача, стоящая сегодня со всей остротой не столько перед теоретиками, сколько перед практиками дизайна, задача, составляющая не менее важную культурную миссию, нежели проектирование самих вещей.

Каким же образом такое обучение должно осуществляться?

Одним из мест, подходящих для этого, является выставка. Скажем сразу: общепринятые сегодня типы выставок подобной задаче ни в коей мере не соответствуют. Они показывают в большинстве своем одни только вещи, точнее, формы вещей, ничем не отличающиеся по своему экспозиционному статусу от любых других произведений пластических искусств (например, скульптуры), апеллирующих лишь к чисто визуальному восприятию.

Но содержание и смысл объектов прикладного искусства и дизайна не могут быть раскрыты в пассивном их созерцании; эстетическое постижение таких объектов предполагает действие с ними.

Исходя из этого, можно представить себе выставку дизайна, построенную наподобие «открытого» театра, персонажами которого являются в равной мере и люди и вещи, а содержанием разыгрываемых «спектаклей» — те проблемы, с которыми люди сталкиваются в разнообразных ситуациях повседневной жизни и которые они так или иначе решают с помощью вещей (или же борясь с последними).

Идея «театра вещей» не нова: она выдвигалась и была частично реализована Вальтером Гропиусом в Баухаузе; ее влияние сказалось в ряде мейерхольдовских постановок начала 20-х годов. В наши дни подобные тенденции продолжают развиваться и находят практическое применение на международных выставках последних лет.

Современная техника позволяет использовать в качестве экспонатов специально снятые кино- и видеофильмы, «живые» сцены взаимодействия людей и вещей, разыгрываемые профессиональными актерами и проводимые с участием зрителей, наконец, сеансы дизайн-импровизаций с немедленным электронным синтезом новых вещественных структур.

Интересные проектные разработки в этом направлении ведутся на Московской студии электронной музыки Министерства культуры СССР. Театрализованная выставка дизайна, помимо своей просветительной и образовательно-воспитательной функции, представляла бы профессиональный интерес в качестве одного из важных органов самосознания и развития дизайна.

Постоянно действующая экспозиция могла бы служить широкой ареной коллективных эстетических тестов, то есть стать эффективным инструментом выявления и прогнозирования потребностей, запросов и вкусов массового потребителя. С другой стороны, она являлась бы прекрасной лабораторией для опытной проверки самых смелых проектных идей и проведения поисковых экспериментов.

Тематика нашей воображаемой выставки охватывала бы весь круговорот вещного универсума, то есть циклический путь вещи от ее проектирования через производство к потреблению, порождающему новые проблемы и заставляющему искать новые решения.

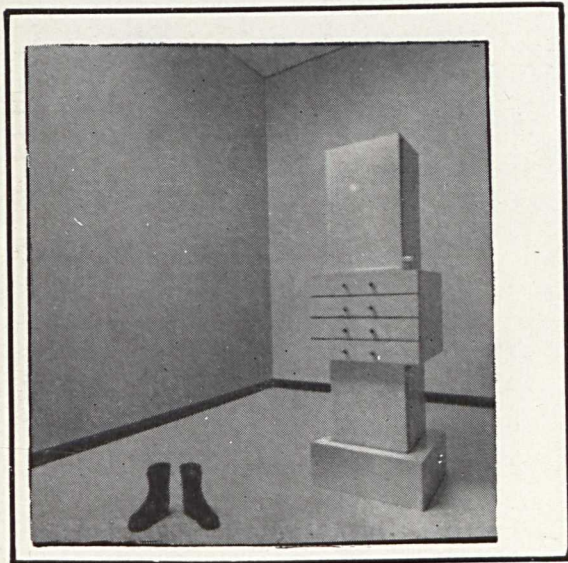
Иначе говоря, такая выставка давала бы не абстрактно-схематизированную и статичную, а живую, наглядно-образную, телесно-ощутимую модель вещно-художественной культуры в ее динамике, в ее напряжениях и противоречиях, в творческом преодолении ее конфликтов и дальнейшем развитии заложенных в ней потенций.

Весьма вероятно, что создание такой модели существенным образом изменит (а в чем-то и опровергнет) наши сегодняшние представления, суждения и оценки, а может быть, откроет такие аспекты проблемы, о которых мы сегодня и не подозреваем.

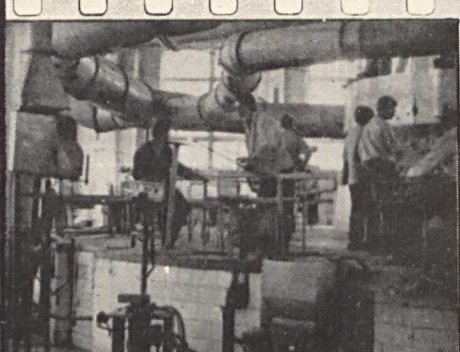
Разумеется, средствами одной лишь выставочной деятельности задача воспитания потребителя решена быть не может. Поскольку вещи окружают нас с первых дней нашей жизни, к ее решению необходимо подключить прежде всего сферу дошкольного воспитания. Речь идет о том, чтобы одновременно с проектированием игрушки, повторяющей какую-то часть вещного мира взрослых, дизайнер разрабатывал (вместе с педагогом и психологом) некий сценарий мотивированных игровых действий, в ходе которых ребенок мог бы прийти к самостоятельному осмыслению основных отношений между человеком и вещью. Удачные проекты такого рода могли бы найти применение в домашних условиях, в детских садах и начальных классах школы. Взрослые люди в глубине души не меньше детей готовы играть с вещами, хотя для них реализовать это гораздо труднее по той причине, что с годами они забывают соответствующие правила и утрачивают необходимые игровые навыки. Вернуть взрослым ощущение принципиальной, пусть и воображаемой, возможности свободного обращения с вещью, помочь им увидеть ее человеческую сущность и значение могли бы короткометражные кино- и телевизионные фильмы, созданные в соавторстве с дизайнерами и драматургами...

Ясно одно: игнорировать заботу о целенаправленном воспитании эстетически осмысленного отношения к вещи со стороны потребителя было бы не менее опрометчиво, чем уклоняться от диалога и сотрудничества с новейшей производственной технологией.

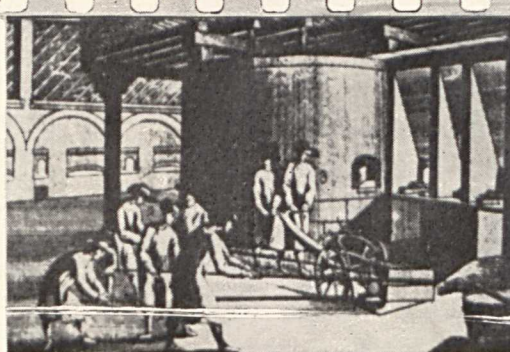
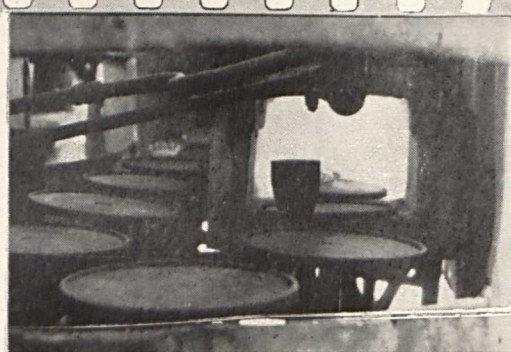
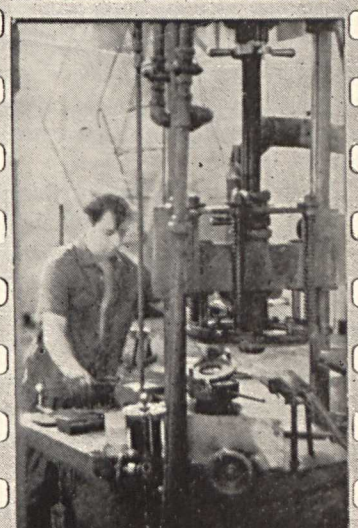
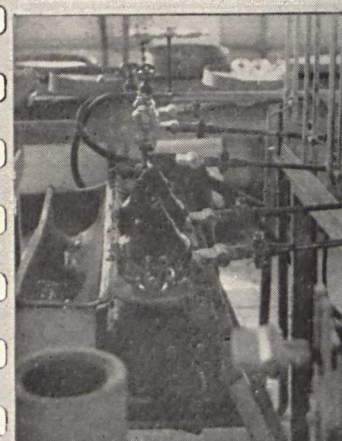
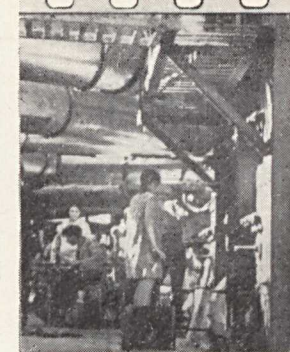
Лишь при соблюдении обоих условий художник-дизайнер может надеяться на то, что его деятельность составит не эфемерный, а реально весомый вклад в общую культуру нашего времени.



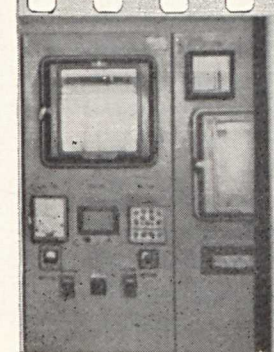
Этторе Соттсасс.
Экспозиционный
бокс.



СЕГОДНЯ
ЗАДАЧА
ФОРМУЛИРУЕТСЯ
ТАК:
ВКЛЮЧИТЬ МАШИНУ
В КРУГ
ПРИБЫЧНЫХ
ХОУДОЖЕСТВЕННЫХ
СРЕДСТВ
НАРЯДУ С КИСТЬЮ,
РЕЗЦОМ,
ГОНЧАРНЫМ КРУГОМ,



ДОКАЗАТЬ,
ЧТО
СОЗДАВАЕМЫЙ ЕЮ
ТИРАЖНЫЙ
ЭКЗЕМПЛЯР
МОЖЕТ
НЕ УСТУПАТЬ
ПРОДУКТАМ
РУЧНОГО ТРУДА



**ИТАК, МЫ ПОСВЯЩАЕМ СПЕЦИАЛЬНЫЙ НОМЕР «ДИ СССР»
ПРОБЛЕМАМ МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА БЫТОВЫХ ИЗДЕЛИЙ,**

потому что в области производства массовых изделий сегодня назревают проблемы, на которые необходимо обратить внимание не только художников, искусствоведов, теоретиков искусства, но и широкой художественной общественности.

Однако правильная постановка этих проблем в нашем журнале станет возможна лишь в том случае, если и авторы, и читатели попытаются расширить диапазон традиционного взгляда людей искусства на те требования, которые предъявляет сегодня производство к образцам изделий массового выпуска. Привыкнув анализировать произведение художника на стадии авторского образца, мы обычно рассматриваем его дальнейшую эволюцию до тиражного экземпляра как последовательное ухудшение художественного качества.

Призывая промышленных художников учитывать все требования производства при проектировании вещи, мы сами часто воспринимаем эти требования как внехудожественные.

Сравнивая то, что встречается на прилавке, с тем, что было экспонировано на выставке, искусствовед отворачивается: вещь, кажется ему, «портится», вначале — в период освоения опытного образца, затем — в процессе тиражирования.

Но поговорите с директором завода, конструктором, технологом, мастером. И вы услышите, что главный автор вещи — не художник, а само производство, его технология, люди, которые его обслуживают. Что производство готово в крайнем случае обойтись без художника, так как он осложняет его работу...

Разумеется, такой взгляд кажется нам неверным, но практика промышленности подсказывает, что он весьма распространен, и мы должны попробовать осознать его.

Осознать, что

— вещь на пути к потребителю обретает новых авторов, которые накладывают на ее облик свой отпечаток:

спускаясь с «высот» индивидуального творчества, она впитывает в себя творчество коллектива,

— оценивая массовое изделие только в стадии его проекта, мы рассматриваем его как бы в пустоте общественных условий жизни, которые проявляют себя и в характере отбора и подготовки изделия к производству, и в характере самого производства.

Все эти положения перестанут казаться отвлеченными, как только мы обратимся к актуальной производственной ситуации.

Спрос на изделия художественной промышленности до сих пор не удовлетворен.

Задача увеличения выпуска предметов потребления стала одной из главных в народнохозяйственном плане 9-й пятилетки.

Специализированные предприятия художественной промышленности ориентированы на максимальный количественный выпуск.

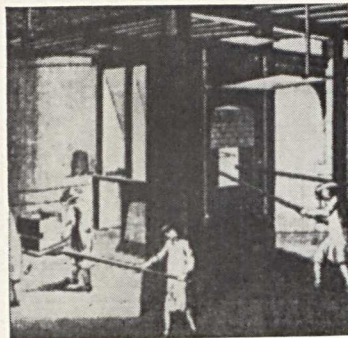
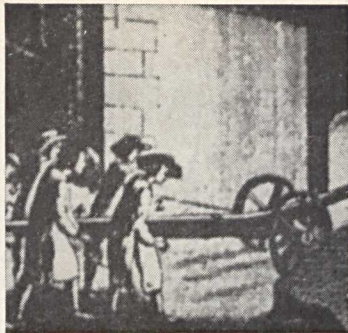
К решению проблемы подключены смежные отрасли промышленности, штат которых не укомплектован специалистами, компетентными в вопросах художественного качества бытовой вещи.

В этих условиях собственно эстетические требования к промышленному изделию отодвигаются на второй план.

Образец принимается к тиражированию только в том случае, если он не требует дополнительных производственных затрат.

В процессе освоения он обретает те новые качества, для анализа которых у нас нет необходимых искусствоведческих категорий.

Но именно эти качества реально формируют вещь, которая становится сегодня частью нашего предметного мира.



Но эта проблема не стояла бы столь серьезно, если бы стремление насытить рынок не сопровождалось технической перестройкой художественной промышленности, ориентированной на максимальную замену ручных и полумеханизированных способов производства машинными.

Еще вчера большинство тарелок проходило сквозь живописный цех,— сегодня печатная машина наносит на них десятки вариантов рисунка.

Еще сегодня хрустальная ваза выходит из рук мастера,— завтра электронный автомат будет нарезать на ней алмазную грань. Машины прессуют стаканы, формуют вазы, отливают нетканый текстиль.

Делается ли все это с участием художника?
Конечно.

Однако участие это порой сводится к минимуму.

И не только потому, что производство, как мы говорили, не испытывает особого беспокойства по поводу художественного качества выпускаемых изделий, но и потому, что ограничения, налагаемые на изделия машинного производства, часто воспринимаются художником как противоречащие его эстетическому кредо.

Его идеалы до сих пор связаны с инструментами ремесленника. Машина еще не стала для него привычным и удобным исполнителем творческого замысла.

Он еще не знает ее художественных возможностей.

А ведь от того, на какой диапазон исполнительских приемов будет настроена машина, запускаемая сегодня, зависит характер изделий будущего.

Теперь прислушаемся к тому, что говорят специалисты.

Они говорят: при отсутствии прогнозирования массовый рынок может пресытиться изделием как раз в тот момент, когда промышленность будет настроена на его максимальный выпуск.

Они говорят: резкое повышение спроса часто сменяется столь же резким спадом, потому что в ситуации дефицита покупатель стремится унести из магазина больше, чем ему практически нужно.

Они советуют: посмотрите, как прессованные стаканы оседают на полках. Только что выстраивались очереди за фаянсовыми масленками, и вот уже они есть, а их никто не берет.

Можно спорить, сколько лет потребуется для покрытия дефицита тех или иных изделий: может быть, год, а может, пять. Но совершенно бесспорно, что когда спрос спадет, новые машины будут продолжать выпуск тех же вещей миллионными сериями.

Проще всего сказать:

тогда промышленность снова обратится к художнику.

Гораздо сложнее быть уверенным, что художник сможет ответить на новые требования.

Ведь надо будет бороться с затовариванием «языком машинных форм»!

Все это приводит нас к весьма серьезным выводам.

Производство товаров широкого потребления нуждается в художнике нового типа, инструмент которого — машина, а творческая мастерская — крупное предприятие.

От него потребуется: изучить производство, все его стороны — материально-сырьевую, технологическую и т. п.; направить весь его хозяйственно-экономический опыт, стихийно противопоставленный сейчас художественности вещи, на усовершенствование ее.

Он должен будет: знать все факторы общественной жизни, влияющие на предмет его творчества, подходить к проектированию вещи, исходя из максимально широких представлений о социальном и культурном статусе потребителя.

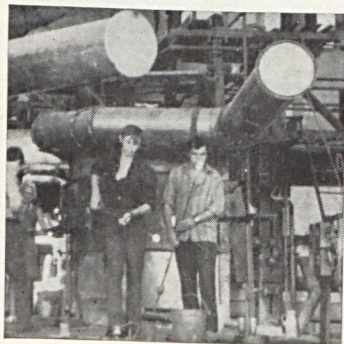
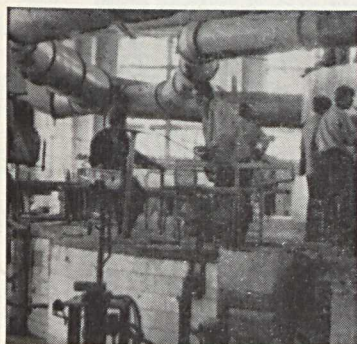
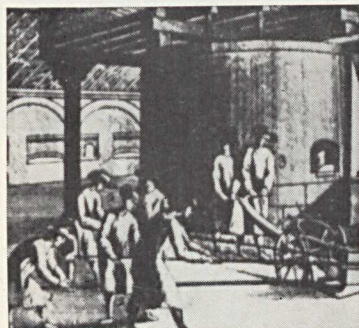
Но и производство, со своей стороны, окажется перед необходимостью «эстетически осознать» цели собственной деятельности. Тогда абстрактные тонны и единицы его показателей обретут предметно-качественную определенность; удовлетворение растущих запросов потребителя будет обеспечено перспективным проектированием; тогда художник станет «эстетическим организатором» жизни предприятия.

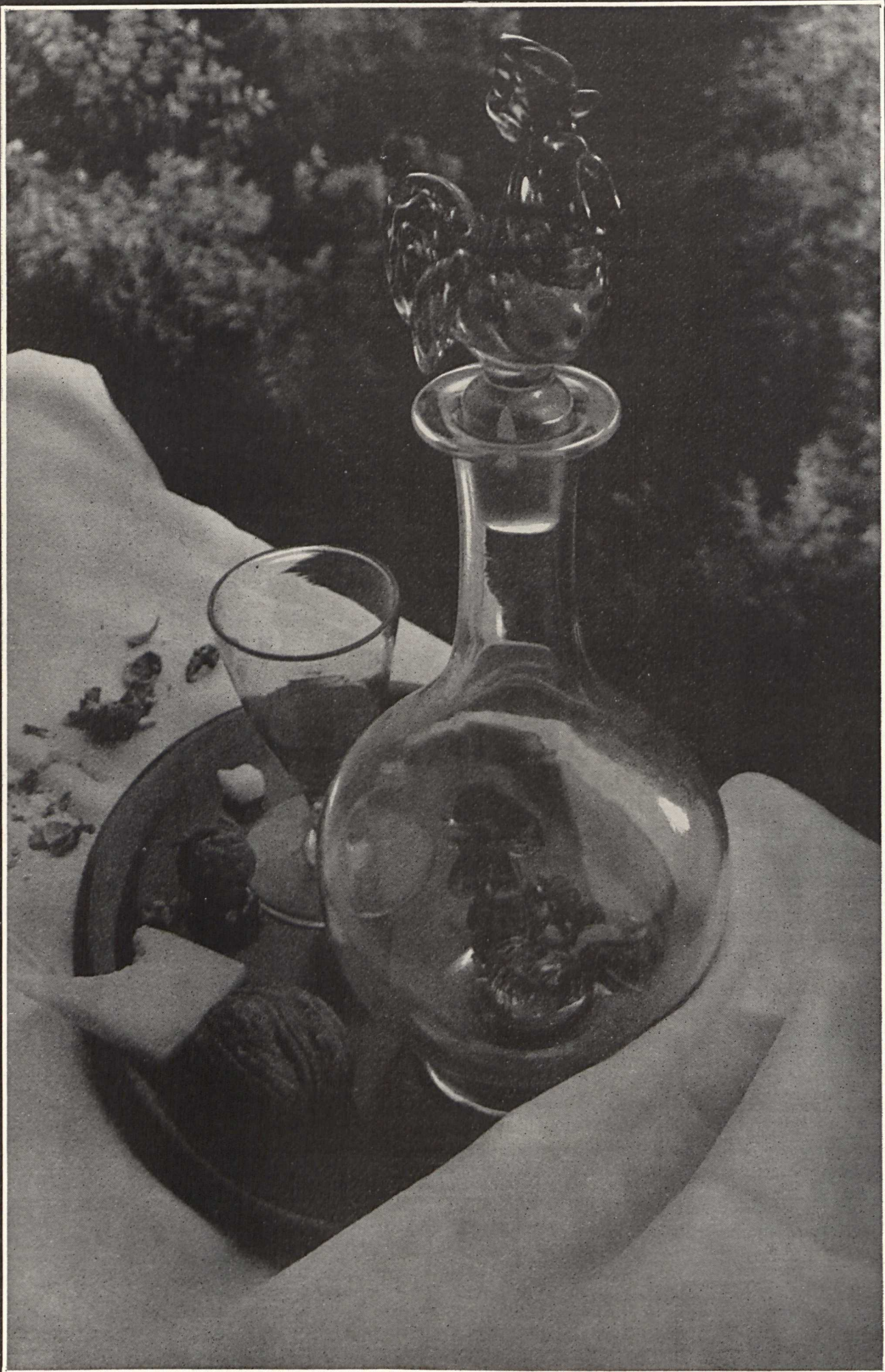
Только сплывшись воедино, художественное творчество и машинное производство смогут создавать потребительские товары, которые будут отвечать завтрашним требованиям общества.

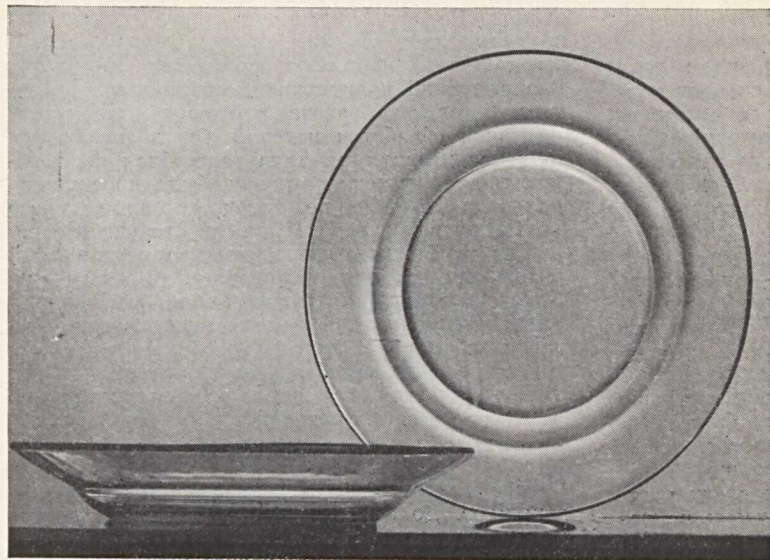
Как разворачивается этот процесс сегодня? Понимают ли, предчувствуют ли его работники производства и художники промышленности?

Для того чтобы ответить на этот вопрос, сотрудники редакции посетили ряд предприятий, министерств и ведомств. Они беседовали с директорами заводов, экономистами, конструкторами, художниками.

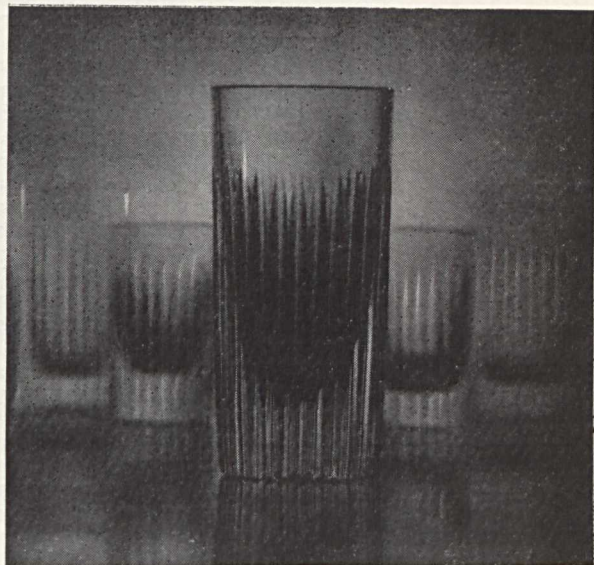
Некоторые из записей этих бесед мы предлагаем вашему вниманию...







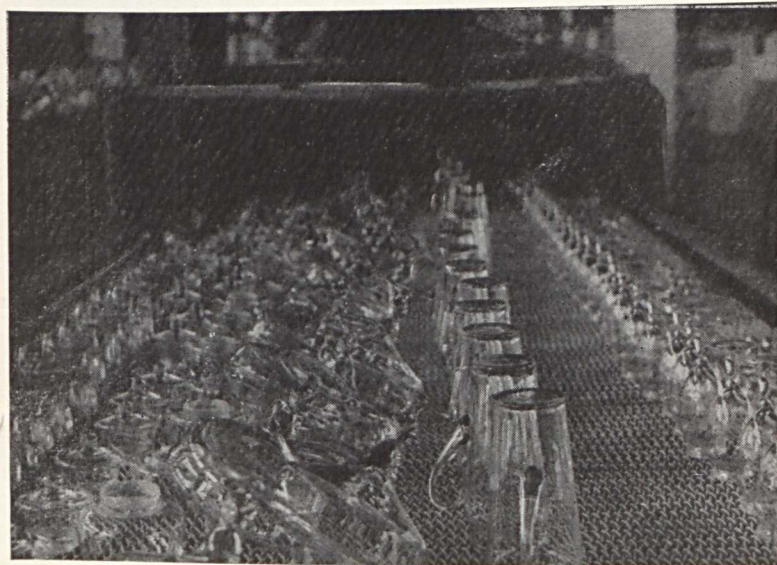
Образцы
прессованных
изделий
из стекла
«дюралекс»



М. Грабарь
Стакан. Модель
для пресса.
Дятьковский
завод

«Художник должен видеть будущее»

В художественной
лаборатории и в це-
хах Гусевского хру-
стального завода



Беседа художника Светланы Михайловны БЕСКИНСКОЙ с заместителем начальника «Главстекло», начальником планового отдела Министерства промышленности материалов СССР Борисом Лазаревичем ПОЗИНЫМ

«ДИ СССР»

У всех нас в памяти последняя встреча на заводе «Неман», где состоялся Всесоюзный художественный совет по стеклу.

Это был серьезный, принципиальный, а потому интересный и полезный разговор о хрустале, его месте в быту, его художественном облике, способах его производства. Но не только этим запомнился совет, но и тем, что мы увидели, как живет и трудится коллектив «неманских» художников. Мы знали их прекрасные произведения по другим просмотрам и выставкам, но тут мы увидели, какую большую роль играют они в работе всего производственного коллектива, как уважают их заводские рабочие и все жители поселка.

Несколько молодых энтузиастов — В. Мурашев, Л. Мякова, С. Раудвез, — приехавших в Березовку более десяти лет назад, принесли с собой дух подлинного творчества, атмосферу искусства, стали центром культурной жизни заводского поселка. Призвание художника помогло им в этом. Этот конкретный пример наглядно раскрыл перед нами, как возросло сейчас значение личности художника на производстве. Сегодня это не только специалист, исполняющий свой профессиональный долг. Это представитель художественной культуры, воспитатель эстетического вкуса, подлинный просветитель. Как же велика ответственность человека, какими знаниями и кругозором должен он обладать! Разделяете ли вы эту точку зрения, Светлана Михайловна?

Художник

Я совершенно согласна, что эрудированный художник, о котором вы сейчас говорили, производству необходим. Промышленность заинтересована в специалистах широкого кругозора. Но кругозор художнику дается не от рождения, и даже не диплом о высшем образовании делает его «эрудитом», как мы склонны думать. В вопросе формирования художника промышленности далеко не все зависит от самого человека. Художнику необходима поддержка организации, которая должна всячески способствовать его профессиональному и духовному росту. Пото-



му что только тот художник, который постоянно шлифует свое мастерство, пополняет знания, который в курсе последних достижений своих коллег, и вообще находится на уровне современной художественной культуры, лишь такой художник может соответствовать сегодняшнему производству.

Отрасль развивается. Художник должен быть готов к решению не только текущих задач, но и проблем завтрашнего дня.

Это те требования, которые сами художники ставят перед собой. Борис Лазаревич, скажите, а с точки зрения экономики производства, какие требования предъявляются к художнику?

Зам. начальника главка

Работники промышленности сознают ответственную роль художника в современном производстве, эта роль особенно возросла в последние годы.

Сейчас отрасль бурно развивается, производство сортовой посуды наращивает темпы, быстро идет процесс механизации, увеличивается количество предприятий. Все это позволит в ближайшее время преодолеть дефицит посуды на

рынке. И если до последнего времени практически вся продукция, вырабатываемая заводами, находила сбыт, то уже в прошлом году часть изделий начала оседать на складах торговых организаций. Если не принять действенных мер по повышению качества изделий и замене устаревших форм и фасонов, то этот процесс будет усугубляться. В связи с этим значительно возрастают требования к творчеству художника завода.

Но имеется и еще одна сторона вопроса, весьма существенная для производства, — опасность утонуть в бесконечном потоке новых видов изделий. Вот что я имею в виду. На Художественный совет ежегодно каждый завод выставляет большое количество новых образцов. По существующим правилам, если изделие одобрено Художественным советом, оно должно быть внедрено в производство. Вот и получается, что в год у нас ассортимент обновляется на 20—30 процентов. Мы еще не успели как следует отладить производство и еще практически не насытили рынок новым товаром, а он уже заменяется другим. Такое обновление не всегда оправдано как с производственной, так и с потребительской точки зрения.

Художник

Я хотела бы высказать одно сомнение по данному вопросу. Хотя цифры показывают ежегодное обновление, однако основной ассортимент заводской продукции остается прежним. Как правило, замене подлежит одна и та же, небольшая часть изделий. Как Вы правильно заметили, именно та часть, которую не успели по-настоящему освоить, да и потребитель ее еще не разглядел. А вся остальная масса продукции из года в год остается прежней. Сегодня ассортимент требует постоянного и глубокого анализа, который и позволит решить, что нужно обновлять, в какой последовательности, в каком процентном отношении.

Не получается ли так, что пока политика обновления ассортимента ведется формально?

Зам. начальника главка

Вы правы, на некоторых заводах заменяются изделия, выпускаемые небольшими тиражами, а основной ассортимент сохраняется. Я думаю, что это можно поправить в ближайшее время.

сунков. Но я убежден, что через год-два мы получим такие машины, которые будут способны создавать множество рисунков. Например, Владимирский политехнический институт по заказу Гусевского завода изготовил станок для алмазной обработки изделий. Очень интересная и перспективная машина, способная разнообразить ассортимент разделок, была продемонстрирована недавно на Художественном совете на Неманском заводе. Я думаю, что удачное решение этой задачи явится началом технической революции в механизированном производстве бытового стекла и значительного расширения наших возможностей по созданию новых форм разделок изделий механизированным способом. Но все это не освобождает художника от активного участия в решении задачи повышения качества массовых изделий.

Художник

Вопрос механизации беспокоит сегодня и художников. До сих пор мы часто получали задания «на массовку», не имея машины, которая могла бы ее выполнить. Работа шла вхолостую. Сегодня художники знакомятся с новым машинным производством, обретают первые навыки, и в дальнейшем мы надеемся предложить интересные решения.

Но вот Вы упомянули, что машина, которая создается, предназначена для алмазной грани. Но что такое алмазная грань? Это традиционное ручное производство, которое достигло своих высот еще в прошлом веке. Уже тогда были созданы непревзойденные образцы изделий такого плана. Нам кажется, что смысл машины в том, чтобы выполнять операции и задания, недоступные ручному способу обработки. Художников беспокоит, что машина будет имитировать ручной труд, имея возможности, которые позволили бы в целом расширить и обогатить ассортимент.

Правильно ли, что машины, создаваемые сегодня, ориентируются на подделку ручного труда? Стоимость машины так велика — чтобы окупить ее и давать прибыль, быть экономически выгодной, она должна дать колоссальный выпуск. Заложенная сегодня программа определит характер нашего стекла не на один год! В

На Гусевском хрустальном заводе



Однако необходимо отметить и пассивную роль художника в создании новых изделий массового выпуска.

Многие директора заводов жалуются на это. Среди художников распространено мнение, что массовка — это не та продукция, в которой можно проявить свое творческое лицо. Наверное, это в какой-то мере и так. Мы наблюдаем огромный разрыв между художественными достоинствами уникальных изделий, их богатством цвета, формы, разнообразием приемов разделки — и внешним видом массовых изделий. Возможно, художнику сложнее внести творческую новизну в этот ассортимент, но проблема остается, и весьма важная. Ее надо решать.

Мы со своей стороны делаем все для того, чтобы изготовление массовых изделий на заводах было полностью механизировано. Сейчас уже введены и вводятся поточные линии по изготовлению массовых бытовых изделий, работают высокопроизводительные механические прессы. Правда, пока механизированное производство имеет ограниченный ассортимент и типы ри-

перспективе, я думаю, ориентация на традиционные образцы не устроит потребителя.

Зам. начальника главка

Видите ли, мы должны пройти определенные этапы на пути массового внедрения машин в производство бытовой посуды. Машины, которые сейчас создаются, должны способствовать увеличению выпуска изделий из хрусталя с традиционными способами обработки и в первую очередь решать задачу удовлетворения спроса на посуду. Но это вовсе не означает, что задача машины этим и ограничивается. В дальнейшем сложность машин будет повышаться, но, не имея «промежуточной» стадии машинной обработки, мы не сможем идти дальше.

Я думаю, что вопросом создания сложных машин для стекольной промышленности в дальнейшем займется институт стекольного машиностроения, но пока этим делом занимается группа энтузиастов.

Представляется необходимым активное участие художника в процессе создания любой маши-

ны для производства бытовой посуды. У художника с инженерами должен быть контакт с самого начала проектирования.

Художник

Вы правы, что художник должен участвовать в работе инженерных экспериментальных групп, и участвовать именно своим перспективным мышлением. Нельзя в машину XX века закладывать образцы XIX века... Опыт показывает, что художник, способный мыслить прогрессивно, создавать перспективные изделия, способен решать и сегодняшние проблемы производства. Но, с другой стороны, такая творческая деятельность иногда становится невозможной из-за текущих дел предприятия, из-за организационных неполадок в производстве. Этот вопрос как-нибудь решается в промышленности?

Зам. начальника главка

Вы, конечно, помните, Светлана Михайловна, поскольку принимали самое активное участие в этом деле, что в 1967 году было принято новое «Положение о художнике стекольной промышленности», и художники получили много льгот, которых не имели раньше. Были осуществлены мероприятия, которые не только «узаконили» права художника на производстве, но и улучшили его материальное положение, художникам были выделены творческие дни и творческие командировки. Были уточнены и обязанности художника перед производством. Все это в немалой степени способствовало созданию нормальных условий для творческой работы художников на заводах. Изменилось и отношение производственников к художникам. На многих стекольных заводах (Ленинградском, «Красный Май», Гусевском и др.) сейчас контакт между художниками и производственным коллективом укрепился. Я думаю, на примере этих заводов должны строиться взаимоотношения между художником и промышленностью в плане улучшения условий труда художника на производстве.

Мне кажется существенным решение последнего Художественного совета о пересмотре норм для художников. Сейчас обращается значительно большее внимание на создание изделий на высоком художественном уровне и в единой

работы. Хотела бы только уточнить некоторые конкретные детали. Не следует называть экспоненты художника, участие в выставках, в зарубежных показах его «личным» делом. Общение на выставках, знакомство с работами зарубежных коллег, наконец, практическое и теоретическое изучение опыта стеклодела других стран — все это необходимо художнику, как хлеб насущный, для достойного исполнения своего профессионального дела.

Из личной практики скажу, что любой опыт помогает. Художнику нужно знать реальное положение дел на рынке. И, если хотите, полезно «потолкаться» в магазинах.

Зам. начальника главка

Мы понимаем, что для такой четкой работы нашей отрасли, для проработки ее перспективного развития нужен постоянный контакт промышленности с торговлей.

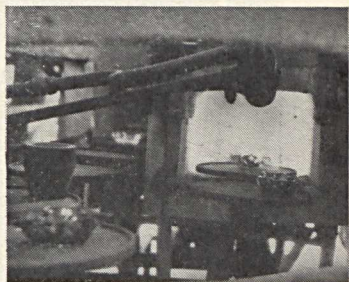
Думаю, что на данном этапе эту роль мог бы выполнить Всесоюзный художественный совет. Ему нет смысла заниматься только просмотром образцов и дублировать работу республиканских советов. На Всесоюзном совете, помимо обмена информацией между художниками и потребителями, необходимо ставить актуальные, волнующие всех проблемы перспективного направления деятельности художников, привлекать для этой цели эрудированных специалистов. Например, проблема «художник и машина» может служить темой ближайшего заседания Совета. Послушаем инженеров, послушаем художников, столкнутся мнения, возникнут контакты... Думаю, от этого будет реальная польза нашему общему делу.

«ДИ СССР»

Мы удовлетворены тем, что в Главном управлении отрасли встретили понимание роли художника в развитии промышленности.

Задачи, встающие перед художниками в связи с механизацией производства бытовой посуды и стремительным увеличением ее количественного выпуска, обрисованы Вами, Борис Лазаревич, достаточно четко. Жизнь предъявляет все большие требования к специалистам, определяющим эстетический облик предметной среды, окружающей

С. Верин.
Комплект для вина «Оконце». Хрусталь, алмазная грань. (Слева) Гусевский хрустальный завод. 1969 г.



эстетической системе. Для этого художник должен больше времени уделять поиску новых форм, больше продумывать и оттачивать свои решения. Для того чтобы художник мог заниматься индивидуальными творческими разработками, ему необходимо создать на заводе «задел» для производства. Тогда художник сможет заниматься личным творчеством, создавать изделия для выставок, уникальные произведения. Многие в этом плане зависят от директора предприятия. Наши директора в подавляющем большинстве правильно понимают роль художника в производстве и создают для художников возможность работать творчески. Если кто-либо из директоров сегодня и недооценивает роль художника как одного из ближайших помощников в практическом решении задачи увеличения выпуска и расширения ассортимента посуды, то жизнь заставит их изменить эту точку зрения.

Художник

Я рада такому пониманию нашей творческой

советского человека. Художник обязан мобилизовать все резервы своих профессиональных знаний, своего творческого мышления, чтобы ответить этим требованиям. Но промышленность, в свою очередь, должна предоставить ему все возможности для творческого труда. И тут нельзя полагаться только на директоров заводов. (Нам известно, что на практике отношения художественного коллектива предприятия и заводоуправления далеко не всегда складываются нормально.) Права художника на производстве должны получить юридические гарантии, главный художник на заводе, выпускающем художественную продукцию, должен занять место рядом с главным инженером. Подняв его авторитет, увеличив его права, мы сможем ждать от него более результативной работы.

Художественное стеклоделие — передовая отрасль нашей промышленности, выпускающей товары народного потребления. Мы надеемся, что и в деле утверждения художника на производстве она будет лидером.





Н. Коковихин
Прибор для
компота. Фаянс.
Завод
им. М. И. Калинина



Майоликовый
цех
Конаковского
фаянсового
завода
им. М. И. Калинина

«Сейчас нам не до художника»



Л. Солодков
Набор
чайной посуды.
Фаянс.
Цветная глазурь.
Завод
им. М. И. Калинина

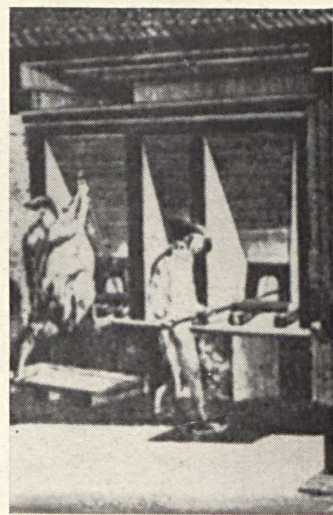
Члены редакции журнала побывали в Конакове на фаянсовом заводе им. М. И. Калинина, ознакомились с производством, с работой художников и коллекцией заводского музея, провели беседу с заместителем директора завода Анатолием Яковлевичем ЛИХОТНИКОВЫМ и художником завода Николаем Алексеевичем КОКОВИХИНЫМ.

«ДИ СССР»

Конаковский фаянсовый завод им. М. И. Калинина — уникальное художественное производство гордость нашей художественной промышленности. Журнал неоднократно писал о достижениях коллектива завода, о бережном отношении и развитии традиций русского фаянса, о художественном обаянии современных конаковских изделий. Но нас настораживают некоторые явления, проявившиеся в последние годы. Ознакомившись с производством, мы увидели, что 90% продукции — это тарелки, обыкновенные, с простейшими рисунками тарелки, на остальные изделия — столовые сервизы, сахарницы, майолику, содержащие больший элемент художественности, падает всего 10%. Ручной росписи становится все меньше и меньше; подглазурная роспись почти исчезла; скульптуры и декоративных предметов нет вовсе. Не прерываются ли традиции, не уходит ли искусство? Еще недавно, в середине 60-х годов, большинство выпускаемой Конаковским заводом продукции имело «художественное лицо», сейчас она его теряет. Мы видим две крайности: с одной стороны — массовая продукция, «нехудожественная» по своему облику, а с другой стороны — отдельные уникальные произведения, тоже бытовые по назначению, выполненные в лучших традициях русского фаянса, которые можно видеть только на выставке. Это выглядит как проявление какого-то внутреннего противоречия между производством и художником. Так ли это?

Зам. директора

С недавнего времени перед нами, как и перед всей фарфоро-фаянсовой промышленностью, встали новые проблемы: в стране ощущалась нехватка столовой посуды. Причина нехватки — усиление, если можно так выразиться, фактора коллективности нашей жизни, интенсификация и совершенствование общественных ее сторон. Так что наша программа: сейчас — стол, а уж



потом — сервант, то есть сначала простая посуда, а потом художественное изделие. Нами уже многое сделано. Заканчивается реконструкция завода. Теперь мы выпускаем 109 миллионов единиц продукции в год — на треть больше, чем 5—6 лет назад. Выпуск превышает проекную мощность. Майоликовый цех рассчитан на 5 миллионов, а мы снимаем — 9. Увеличение выпуска продукции идет не только за счет расширения производства, но в такой же степени — за счет механизации. Стремимся механизировать по возможности все производственные процессы: вместо горнов поставили тоннельные печи, вместо ручной росписи — совершенные печатные машины. Через год-два проблема столовой посуды будет решена. И вот тогда-то мы снова обратимся к художнику.

«ДИ СССР»

Механизируя декорирование изделий, не ухудшаете ли вы их художественное качество? Вот тарелка, ваш основной продукт, она оформлена грубо, примитивно, «трафаретно». Вы, наверное,

сами понимаете, что она не удовлетворяет элементарным художественным требованиям.

Зам. директора

Что она не идеальная, мне объяснять не надо, я и сам это прекрасно вижу. Я не против художественности наших изделий, именно она и создала репутацию конаковского фаянсу. Но сейчас нам не до нее — нужно насытить рынок. Мы сейчас в основном используем в производстве те средства, которые обеспечивают максимальный количественный выпуск продукции. Упрощение декорирования связано с напряженным планом и механизацией производства. Мы не можем сейчас усложнить и улучшить декор, ибо это снизит производительность, а на это мы пойти не можем. Если бы не столь напряженный план, мы, может быть, с радостью отказались бы, скажем, от трафарета, но сейчас он помогает нам обеспечить план. Поэтому мы требуем от художников, чтобы они создавали образцы рисунков для трафарета, для штампа, для печати.

Мы все работаем на заводе. Не на каком-то экспериментальном художественном предприятии, а на крупном заводе, выпускающем массовую продукцию. Поэтому пусть художники не обижаются, когда я им говорю: вы такие же рабочие в коллективе, как и все остальные. Сейчас мы работаем, чтобы обеспечить население посудой.

Вы сказали, что наметился застой в нашей чисто художественной продукции. Возможно — это вам видней. Но, по моему мнению, чисто художественной деятельностью — работой для выставок — должны заниматься специальные художественные объединения. Вот там пусть художники и создают уникальные произведения для выставок, экспериментируют, придумывают новое. А для выполнения этих вещей, по моему мнению, Союзу художников надо иметь свою производственную базу.

Но мы не мешаем художнику развивать свое творчество. Производственная работа — лишь половина его деятельности, у него есть все возможности и в теперешних условиях расти и совершенствоваться. Хотя мы и не в состоянии пустить в производство подавляющую часть того, что делают наши художники, мы учиты-

были рядовыми в 60-х годах, когда я только пришел на работу, мы называем теперь «уникальными», такую вещь уже в производство не возьмут. А тогда брали и выпускали. Конечно, тогда были более широкие возможности для творчества художника. Взять хотя бы скульптуру — сколько ее выпускали? Десятки образцов. А сейчас только один.

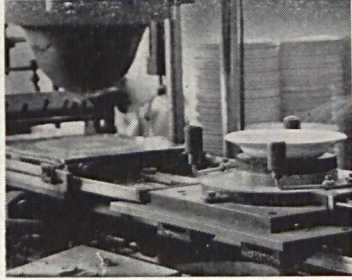
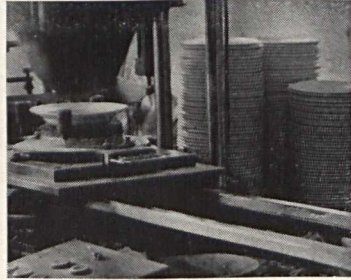
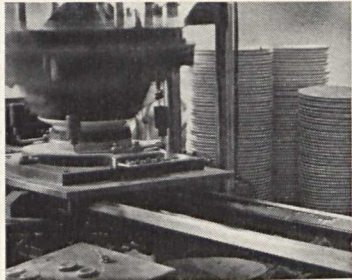
Хотелось бы делать гораздо больше того, что мы делаем. Это почти каждый художник скажет. Но для этого в настоящее время нет условий. На 13 работающих художников один модельщик — это уже не работа: с каждого по модели — уже 13 штук, когда же он сможет их сделать? Один модельщик только-только успевает выполнить модель для производственного плана. Для наших творческих вещей у него просто не остается времени. Руководство скажет вам, что это явление временное. Конечно, модельщик будет найден. Но мы, художники, воспринимает это иначе. В сегодняшних временных трудностях мы видим постоянную проблему нашего завтрашнего дня. Для таких необходимых в нашем деле специальностей, как модельщики, граверы, живописцы, нет специальных учебных заведений, это «вымирающие» профессии, и в недалеком будущем мы можем оказаться вообще без них.

Лишь недавно добились возвращения нам творческих дней и творческих командировок, но и то — раньше было в год на каждого 30 дней, теперь только 10. Каждую выставочную вещь художник должен выполнить в двух экземплярах: одну — для заводского музея. Это то же самое, что заставить Репина «Бурлаков» писать дважды.

Анатолий Яковлевич здесь говорил о поощрении работы для выставок, то есть чисто творческой работы, а нам работать с каждым годом все труднее и труднее. Скажем, сейчас еще есть условия для обжига, но если последний горн сломают, то такого качества обжига в тоннельной печи уже не получить. Для экспериментальных работ горн совершенно необходим. А в тоннельной печи — заданные параметры изделия, да и обжиг там хуже: если в горне — двое суток, то в тоннеле — только сутки. Глазурь уже не так доходит. Цвет не тот. Поощ-

Производственные
цеха Конаковского
фаянсового завода
им. М. И. Калинина

Машина «муррей»
и ее продукция



ваем и планируем и чисто художественную, выставочную деятельность.

Скажем, главный художник предлагает сделать художнику выставочную вещь — «подарочный» сервиз. Он ничем его не ограничивает, пусть делает, как хочет, пусть даже под литье (хотя производство заинтересовано в вещах для формовки, для полуавтоматов, то есть для механического, а не ручного исполнения).

Мы на это идём. В этом наше участие по отношению к художнику, мы поощряем его чисто художественную, непродовственную деятельность, хотя непосредственно производству она ничего не дает.

Художник

Заместитель директора защищал перед вами производственную сторону, я попробую защитить художественную.

Если сравнить те изделия, которые выпускались лет 10 назад, с тем, что выпускается сейчас — подчеркиваю, выпускаемых, а не создаваемых художниками, — безусловно, их художественный уровень снизился. Вещи, которые

рение нашей работы было бы для нас реальнее, если бы выражалось не в «хорошем отношении», а в административной гарантированности, чтобы не было лишней беготни, выпрашивания. Если рассматривать все отдельно — вроде бы мелочи: нехватка модельщиков, необходимость выполнять второй уникальный экземпляр вещи, угроза ликвидации последнего горна — каждая трудность в отдельности в конце концов разрешима, но все вместе они становятся уже не мелочью, а чем-то, что сильно мешает работе. И уже привыкаешь к мысли, что чем меньше у тебя запросов, тем меньше ты мешаешь производству. Чувствуешь, что твои эксперименты тормозят, а не помогают делу.

Зам. директора

Мы делаем для вас все, что можно, а можно только то, что не противоречит нашему сегодняшнему напряженному плану. Сейчас мы не художественное производство, а массовое, выпускающее самую элементарную и дефицитную в нашей отрасли продукцию — столовую посуду. И если ваши изделия — только для

выставки, а не для серийного производства, от нас здесь большой поддержки, конечно, не будет. Если мы будем думать сейчас о выставочных изделиях, предприятие останется без продукции. А судьбу 5-ти тысяч рабочих я не могу поставить в зависимость от удобных условий для свободного творчества 13-ти художников.

Художник

Свободное творчество! Эти слова я поставил бы в кавычки. Свободным оно кажется только непосвященному. Вы не представляете, как связана наша работа, самая уникальная, самая выставочная, с производством. На самом деле свободное творчество, выставочная работа — это, так сказать, авангард плановой. Вот моя последняя выставочная работа — столовый сервиз «Август», посланный на выставку в Италию. Он уникален. И вот моя последняя плановая работа — компотный прибор. Он — серийный. В первом я нашел новое решение, а во втором я приспособил его к тиражному и готовлению, к серийному выпуску. Не будь первого — второго, возможно, не получилось бы, или пришлось бы затратить на него уйму времени.

Сознание художника неотрывно от производства, ибо им и сформировано. Любую подарочную вещь делаешь — вроде бы все тебе границы открыты, а как-то невольно соотносишь замысел с технологией производства, хочется, чтобы вещь можно было исполнить. Так что «свободное творчество» не просто необходимо нам, — оно, в конечном счете, работает и на производство. Поэтому пусть руководство не думает, что оно чем-то жертвует, предоставляя нам возможность делать уникальные вещи (50% для производства, а 50% — «для себя»). Это только со стороны кажется, что здесь удовлетворяется какая-то прихоть; мы настолько внутренне связаны с производством, что все в конечном счете делаем для него. И тем обиднее, что не тиражируются даже вещи, которые специально разрабатывались для производства. Делаешь и уже знаешь, что не пойдет.

Зам. директора

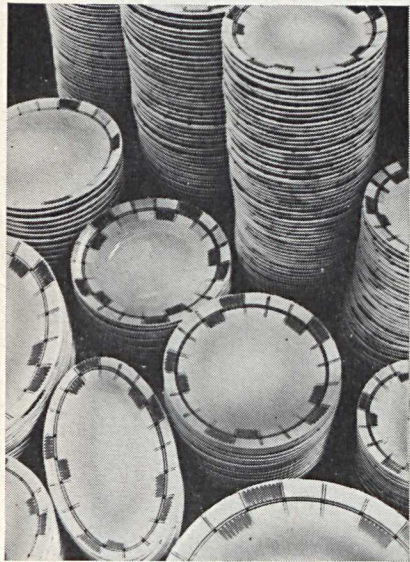
Художник понимает производство по-своему. Для него производство то, что вообще можно

нужен. У нас есть два сервиза в производстве. Они пользуются большим спросом и хотя идут уже давно, в магазинах их не увидишь. Один из них выпускается уже 23 года, с 1950-го, и на него как раз наибольший спрос. Так зачем же я буду снимать его с производства да еще тратить средства на внедрение нового в такое напряженное для завода время — это же экономически не оправдано. Возможно, по вашему мнению, он уже устарел, но спрос-то на него есть, и большой — зачем же его снимать и производить дополнительные затраты? Сейчас не время для риска.

Художник

С этим я не могу согласиться. Трафарет для меня исчерпан, он, так сказать, морально устарел, я не могу больше ничего в него внести. Да и зачем мне приравниваться к устаревшей технологии? Завод только что оборудован новой техникой, и ее художественные возможности используются меньше, чем наполовину — возьмем, например, машину «муррей». Мы на этих совершенных машинах делаем то же самое, что и раньше, когда их не было, а ведь эта машина рассчитана на то, чтобы на ней можно было делать сплошную печать по борту или даже по всей тарелке, причем автоматически, без прикосновения руки человека (что и делают англичане). Естественно, что я ориентируюсь на максимальные возможности новой техники, а не на устаревшие способы печати. Но для того, чтобы выжать из машины максимум, нужно усовершенствовать весь комплекс производства: улучшить качество красителей, связующих веществ, повысить квалификацию граверов и т. д.

Неправильно считать, что художника интересует только художественная сторона дела. Мы и о производственной технологии думаем. Последние два года я работал над столовым сервизом. В нем я как раз пытался осуществить унификацию в чисто технологическом плане: у меня весь плоский ассортимент — тарелки, суповые чаши, салатники и прочее — сделаны одного диаметра. Я считаю, что это очень выгодно для производства: любую тарелку — глубокую, мелкую, салатник и прочее можно об-



делать, а для нас — то, что делается сегодня. Он все время забегает вперед, принимает завтрашний день за сегодняшний. Вот поэтому у художника сейчас, как мне кажется, интерес к производству пропал. А раньше он был.

Что делать, в таких уж мы сегодня условиях — большая часть продукции оформляется упрощенно, это продиктовано механизацией производства. Так что же художник не пойдет на встречу производству, не улучшит декорирование в рамках, определяемых механизацией?

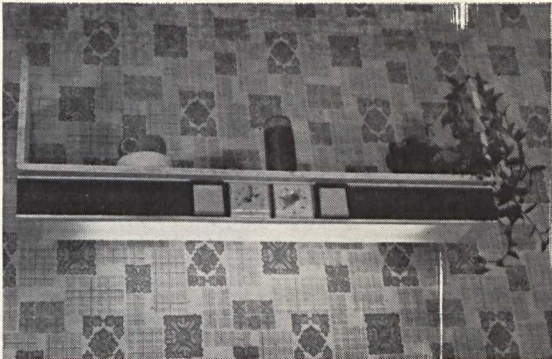
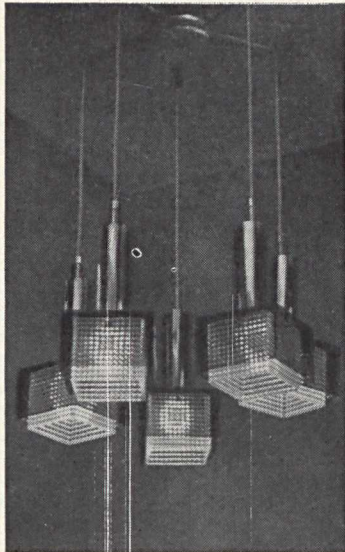
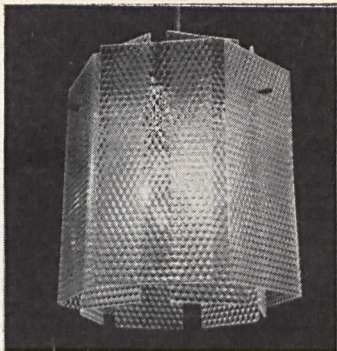
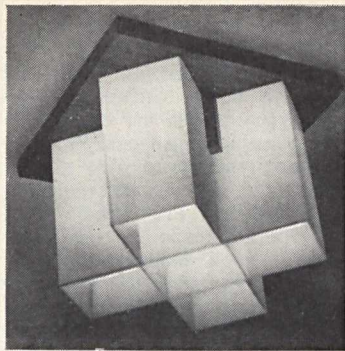
Уникальных вещей хоть отбавляй, а хорошего рисунка для трафарета уже давно никто не делал. Отсутствие интереса к массовой продукции произошло, на мой взгляд, не случайно. У художника больше стало возможности работать для выставок. Если 5—7 лет назад выставок было мало, то теперь их гораздо больше, и он, может быть, бессознательно ориентирован на сложные, малосерийные изделия. Вот он сделал новый столовый сервиз. Это хорошо. Но нам-то нужно улучшить обыкновенную тарелку. А сервиз нам сейчас просто не

жигать в любой из «этажерок» тоннельных печей, при этом будут соблюдены все технологические требования. Сервиз этот принят с оценкой «отлично» на совете, но не внедрен в производство. Он ему оказался не нужен. Конечно, все это разочаровывает...

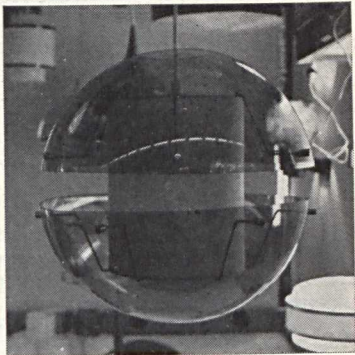
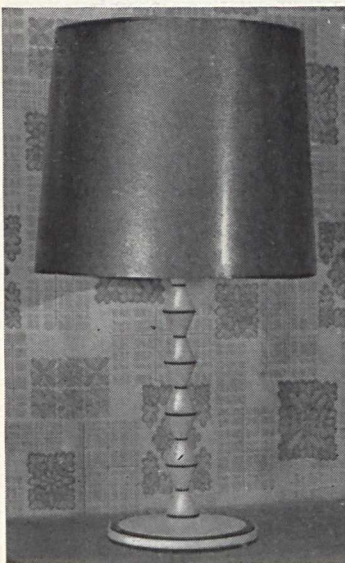
«ДИ СССР»

Расхождение во мнениях, которое столь четко проявилось в нашей беседе, симптоматично. Причина не в различии позиций двух личностей — заместителя директора А. Лихотникова и художника Н. Коковихина. Оно, это различие, отражает общую ситуацию, сложившуюся на сегодняшний день в нашей художественной промышленности. Забота о количественной стороне дела — и тревога за художественное качество тех вещей, которых сегодня еще мало, но завтра будет достаточно. Профессиональный и гражданский долг ВСЕХ участников производственного процесса — думать об этом завтрашнем дне и соединить свои усилия, чтобы создать подлинно художественный предметный мир для советских людей.





«Хотим работать с художником»



Светильники, спроектированные
на опытном заводе ВНИСИ
Конструкторы светильников:

Н. Будаль, Ю. Рабинович,
З. Колтон, В. Смирнов,
И. Кулаков, В. Устинов,
Н. Лазарев, Л. Шевчук,
Г. Митрофанов, Г. Шеханов

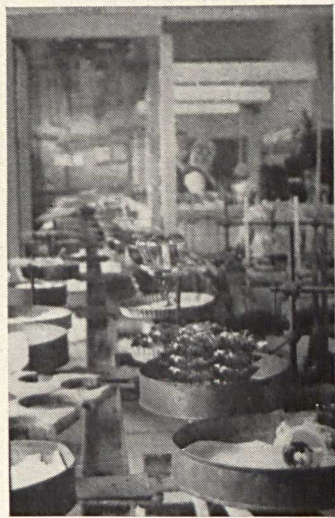
Беседа корреспондента «ДИ СССР»
с архитектором Владимиром Александровичем
РЕЗВИНЫМ (ВНИИТЭ) и главным конструктором
опытного завода ВНИСИ Майей
Юрьевной КАПЛИНСКОЙ
«ДИ СССР»

К бытовому светильнику можно подходить с разных точек зрения. Но нас интересует не столько техническая и функциональная сторона этого предмета, сколько художественная. Потолочный светильник, настольная лампа, бра являются неотъемлемой частью интерьера, играют существенную роль в формировании его атмосферы, остро реагируют на его стилевые изменения. Светотехническая промышленность сейчас бурно развивается, и это можно только приветствовать. Сегодня светильники изготавливают не только специализированные предприятия, но и множество привлеченных. За всей массой выпускаемой продукции подчас трудно уследить. Лучше всего это делать на оптовых межреспубликанских ярмарках, которые ежегодно проводятся в Москве. Но каждая новая ярмарка у искусствоведов вызывает чувство тревоги, поражает заочность предлагаемых товаров. Появляется много новых образцов, они внедряются в производство, магазины заполнены, а «купить нечего». Как по-вашему, в чем дело?

Архитектор

Мне кажется, что причин здесь несколько. Одна из них — жесткие производственные требования к унификации выпускаемых изделий и всех узлов. Требование, конечно, справедливое. Но в большинстве случаев творческий подход заменяется формальным пониманием унификации, механическим соединением одних и тех же деталей, но разных цветов и в разном порядке. Простое арифметическое сочетание «9» деталей по «4» даст столько новых моделей, что из них можно будет составить значительную часть ассортимента. Но впечатление однообразия при этом неизбежно. Вот и создается парадоксальная ситуация: промышленность работает с полной нагрузкой, а купить действительно нечего.

Другую причину определить намного сложнее. Здесь, за круглым столом, мы можем сформулировать в общем виде требования, которые



применяются к внешнему виду светильника, ну, например, зависимость используемых материалов от функциональных особенностей изделия, взаимозависимость всех частей, их стилевое единство.

Но если мы возьмем любые пять светильников, то в трех из них увидим нарушение подобных принципов. Причем требования, касающиеся светотехнических параметров, выдерживаются точно и всегда, но ведь бытовой светильник должен отвечать комплексу требований: с одной стороны — технических, а с другой — чисто потребительских, эстетических, стилистических, если хотите. В этом и состоит одна из главных проблем, которую нам нужно решить как можно скорее.

Конструктор

Что касается унификации, то не надо понимать ее так примитивно. Мы на производстве стараемся эту проблему решить таким образом, чтобы унификация не затрагивала форму изделий. Как правило, унифицируются детали, скрытые внутри светильника.

Что же касается требований к эстетическому

качеству изделий, то тут Владимир Александрович безусловно прав. Мы много раз поднимали вопрос о том, что те, кто проектирует светильники, должны иметь в своих руках четко сформулированные требования. Но они должны быть выдвинуты не промышленностью, а художниками и архитекторами.

Могу вас заверить, что, разрабатывая светильники, мы стараемся учитывать все требования, которые к нам предъявляются. Но осуществить их на практике бесконечно трудно. Слишком общее, например, понятие: «вещь должна komponоваться по стилю» — это ведь только фраза, а при проектировании нужна конкретность. Сформулировать «эстетические требования» — задача слишком сложная, и пока не реализованная ни одним институтом — ни ВНИИТЭ, ни ЦНИИЭП жилища. К тому же все критерии с изменением моды обычно меняются, так что ваши требования могут только тормозить работу производства.

Архитектор

Я позволю себе не согласиться с тем, что формулирование эстетических требований к светильникам как-то может тормозить производственные процессы. Наоборот.

Мы проектируем бытовое оборудование жилища как некую единую систему. Интерьер разбивается на определенные функциональные зоны. Требования должны относиться не к конкретному светильнику, а к светильнику для определенной зоны, с учетом всех его специфических особенностей, как функциональных, так и художественных. Наглядно это можно проследить на настольном светильнике для работы. Несоблюдение некоторых требований привело к тому, что в продаже очень мало удобных и красивых настольных ламп для работы. Требования эти должны быть достаточно гибкими, чтобы в них можно было по мере необходимости вносить корректировку. Вне всяких сомнений, номенклатура светильников должна формироваться на основе принципов технической эстетики.

«ДИ СССР»

Скажите, пожалуйста, связываете ли вы создание светильников с архитектурным проектированием? Поддерживаете ли контакт с архитек-

венного вкуса. И это вполне естественно. Конечно, Владимир Александрович, было бы полезно, чтобы Институт технической эстетики принимал в нашем деле более активное участие. Но происходит другое: когда вы приезжаете к нам на аттестационную комиссию, вы себя там не очень хорошо чувствуете. Это понятно. Нас много, а вас мало. Мы уже создали вещь и, естественно, делаем все для того, чтобы она пошла в производство. А вы только сейчас высказываете свои замечания в ее адрес. Мы просим вас приходить на той стадии, когда еще можно принимать действенные меры к улучшению образца. Тогда мы сможем быть проводниками ваших идей.

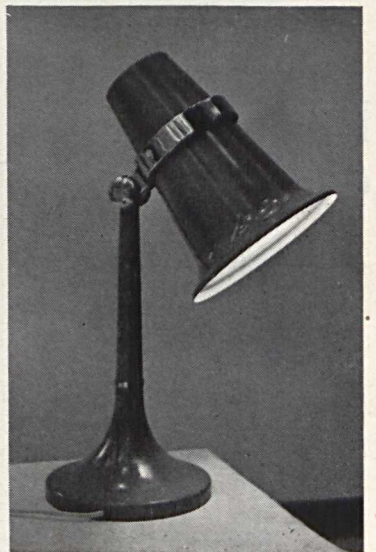
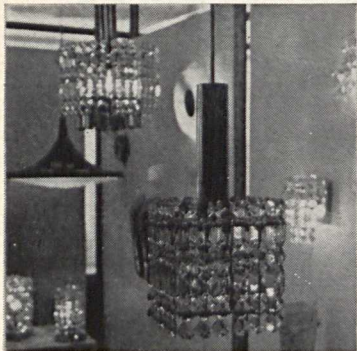
Архитектор

Беда в том, что бытовым оборудованием занимается очень много организаций, но равнодействующая всех усилий мала. Мне кажется, что если бы нам удалось четко скоординировать работу 3—4-х ведущих организаций, то мы бы достигли желаемых результатов. Тогда не будут выпускаться вещи непонятного назначения. На это не будут уходить материалы, силы, деньги.

Конструктор

Мы находимся меж двух огней. Создавать вещи в соответствии с вашими рекомендациями гораздо приятней, чем идти на поводу у рынка. Но ведь мы производственники, и наша продукция должна быть реализована. И тут возникают трудности, которые преодолеть нелегко, даже если мы будем вооружены этими самыми «эстетическими требованиями». В наш ассортиментный кабинет мы приглашаем, помимо архитекторов и художников, представителей торговых организаций. Через них лежит путь светильников к потребителю. Тут картина меняется совершенно. То, что нравилось архитекторам и было ими одобрено, зачастую не нравится торговле: ей нужны вещи привычные. Каждая принятая для продажи вещь должна быть немедленно реализована. А новинка... Ведь большинство покупателей приобретают то, что привычно. А воспитывать вкус людей у прилавка, в момент покупки, уже поздно. Могу только сказать, что много образцов, согласованных нами с ЦНИИЭП жилища, торгов-

Светильники, представленные на Оптовой межреспубликанской выставке 1973 года



торами и художниками-конструкторами, занимающимися жилым интерьером.

Конструктор

Мы стараемся это делать. Для проверки образцов светильников создаем у себя макеты интерьеров, отдельные уголки современной квартиры. Стремимся теснее сотрудничать с архитекторами, хотя не всегда это получается удачно.

Я вам объясню на примере, не называя действующих лиц. Нами был изготовлен образец светильника по разработкам и под наблюдением одного очень уважаемого архитектора. Потом в демонстрационный зал был приглашен другой, не менее уважаемый архитектор и сказал, что светильник куда не годится. Меня поразило, что оба говорили так, как будто совершенно однозначно представляли себе, какой вещь должна быть. Теоретически их мнения совпадали, а практически оказались противоположными. Мы от этого никогда не застрахованы. Каждый специалист, помимо профессионального подхода, подвержен влиянию собст-

лей принимались с большим трудом. И это не потому, что ЦНИИЭП жилища не прав. Тут дело сложнее. Ведь светильник — предмет простой. Для правильного его выбора покупатель должен быть вооружен элементарными знаниями, ему должны быть даны квалифицированные советы. Я сама однажды стояла у прилавка и наблюдала, как беспомощен покупатель при выборе настольной лампы. Он видит только одно — внешние габариты, чтобы меньше занимала места на столе. А как она освещает — об этом ему даже не приходит в голову задуматься.

Нужно более широко пропагандировать важность правильного устройства освещения в жилье. Светотехнический институт сейчас стал уделять этому больше внимания, нужно включиться в эту работу и ВНИИТЭ и печати. Думаю, что это даст свои результаты.

«ДИ СССР»

Может быть, затруднения с реализацией связаны еще с одним обстоятельством: проектируются главным образом светильники «рабоче-

го» назначения, строго делового стиля, предназначенные для ультрасовременного интерьера. А покупатель часто ищет что-то более нарядное, украшающее квартиру, создающее уют. Может быть, поэтому хрустальные люстры возвращаются в обиход? Как вы относитесь к этому явлению?

Архитектор

В подавляющем большинстве случаев хрусталь возвращается в стилизованных изделиях, но тут кроется одна ошибка. Если раньше хрустальные подвески предназначались для того, чтобы умножить ощущение света от свечей, то в современном светильнике, куда вставляют мощную лампу, ставится обратная задача — защита от прямого света. Так что сегодня с хрусталем нужно обращаться осторожно. Как правило, сейчас хрустальная люстра в квартире лучше выглядит в незажженном виде. Стилизация «под старину» — вещь очень деликатная, требующая больших знаний и определенного чувства юмора. Вероятно, этот вопрос заслуживает отдельного разговора.

Что касается «ультрановых», экспериментальных моделей непривычной формы, то, мне кажется, к ним относятся настороженно, потому что новая вещь должна стоять в соответствующем интерьере. А не у всякого дома такая обстановка. Красивый, модный светильник необычной формы в обычном рядовом интерьере смотрится как-то странно, неорганично.

Конструктор

Тем не менее мы будем продолжать конструировать и выпускать светильники «современного стиля», новых видов, конечно, совершенствуя и развивая их. Это наша профессиональная задача. И ни на какую «стилизацию» — с юмором или без юмора — мы не пойдем. Несмотря на конъюнктуру на рынке.

Архитектор

Но оптовая ярмарка все же была полна стилизованных и просто никуда не годных вещей. Большей частью их выпускают заводы, где светильники являются побочным производством. Это довольно большой процент по отношению ко всей продукции. Как правило, эти образцы случайны, они отбираются малокомпетентными людьми. Критический подход к тому, что де-

должны превосходить старые. А ведь для того, чтобы сделать вещь, удовлетворяющую более высоким эстетическим требованиям, подчас необходимо сделать ее более дорогой (без изменения технических параметров). Вот тут эстетика и сталкивается с экономикой. Видимо, для пользы дела система установления цен на бытовые светильники должна быть как-то изменена.

«ДИ СССР»

Скажите, а при тех же условиях, тех же материалах, экономических показателях и трудностях сбыта есть ли предприятия, выделяющиеся качеством своей продукции?

Конструктор

Конечно. Пример всегда один и тот же — завод «Эстопласт». У них хороший коллектив, квалифицированные художники. Когда все делается осмысленно, продуманно, когда привлекаются специалисты, а не случайные люди — результат получается положительным. Сейчас еще ряд наших заводов подтягивается до уровня «Эстопласта».

«ДИ СССР»

Давайте подумаем, почему «Эстопласт» находится на сравнительно высоком уровне?

Конструктор

Я думаю, потому, что у них есть опыт, традиции, вкус в создании бытовой вещи.

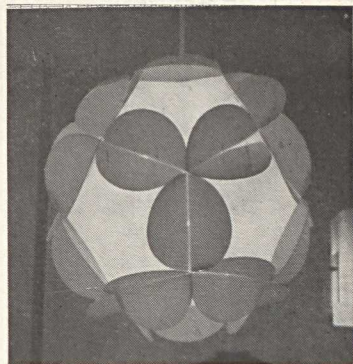
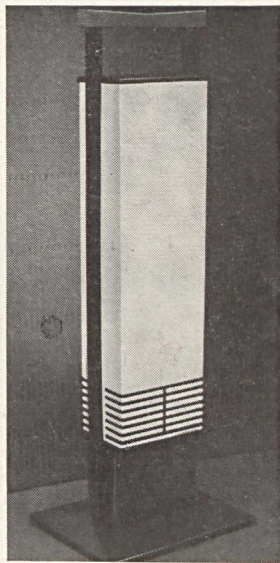
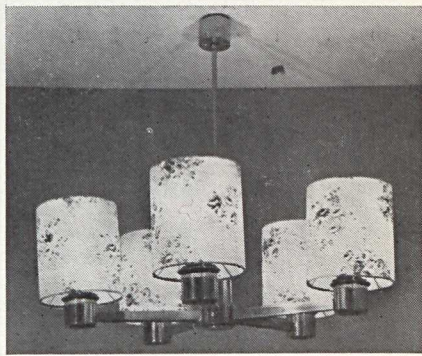
Архитектор

Потому, что у них есть та самая производственная культура, которая выработана десятилетиями и которую надо вырабатывать всем.

«ДИ СССР»

Заключительная реплика нашей беседы представляется чрезвычайно существенной. Если на качество выпускаемого фарфора, текстиля, стекла большое влияние оказывает художественная традиция, сложившееся творческое направление коллектива, индивидуальности художников, то в создании новых предметов быта, приборов и оборудования жилища особенно важную роль играет именно современная производственная и техническая культура предприятия.

Знакомясь с осветительными приборами, разработанными и отчасти выпускаемыми коллективом опытного завода ВНИСИ, мы убедились, что они охватывают своим конструкторским мышлением основные функциональные и тех-



лается, отсутствует совершенно. Если вы, специализированное предприятие, полны желания делать то, что советуют архитекторы и диктуется здравым смыслом, то привлеченные предприятия, которые делают, например, двигатели, даже не ставят такой задачи. Как правило, ни архитекторы, ни художники-конструкторы в создании моделей для них никакого участия не принимают. Вот здесь и возникают не только неумелые стилизации, но просто неграмотные и антихудожественные вещи.

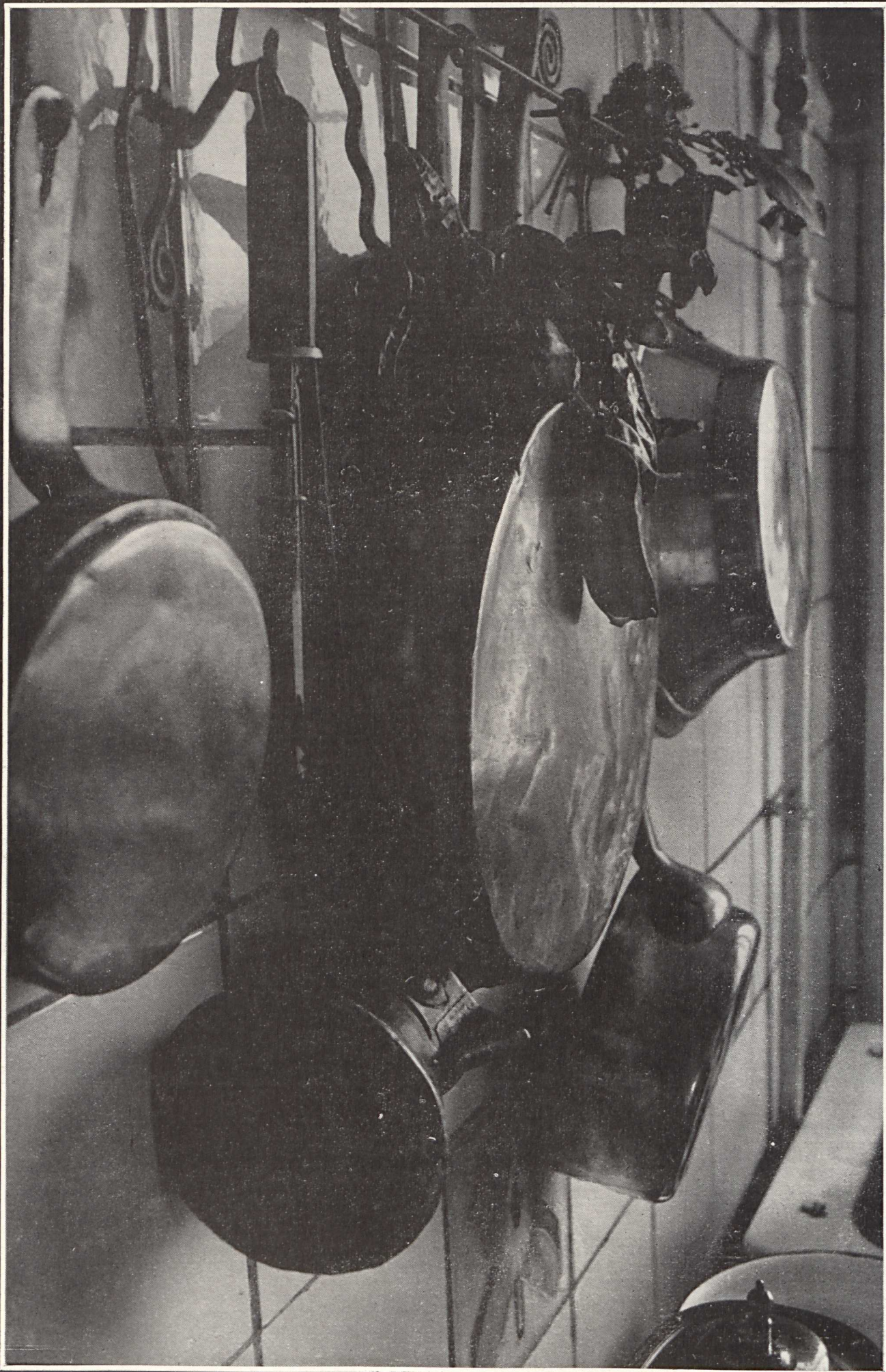
Конструктор

Каждое производство имеет свои экономические стимулы. Например, предприятию выгодно каждые два года делать новую вещь, так как это поощряется материально. Казалось бы, правило разумное, но подчас предприятие снимает с производства хорошее изделие, чтобы внедрить худший, зато новый образец.

Сложности есть и в ценообразовании. Лимитная цена каждого нового светильника аналогичного назначения должна быть либо на 10% меньше предыдущего, либо технические параметры его

нические требования, которые ставит перед ним современное проектирование жилища. Но затрудняются в решении всего комплекса эстетических проблем. Они ищут контакта с художниками, с архитекторами, специалистами технической эстетики. Просят помощи, но не находят достаточно квалифицированной, обоснованной эстетической программы проектирования бытовых предметов.

Этот конкретный пример еще раз убеждает, что нам не хватает специальных служб информации, прогнозирования, изучения покупательского спроса и теоретических разработок других вопросов, то есть такого центра, который координировал бы разные области художественного проектирования и производства элементов жилой среды.



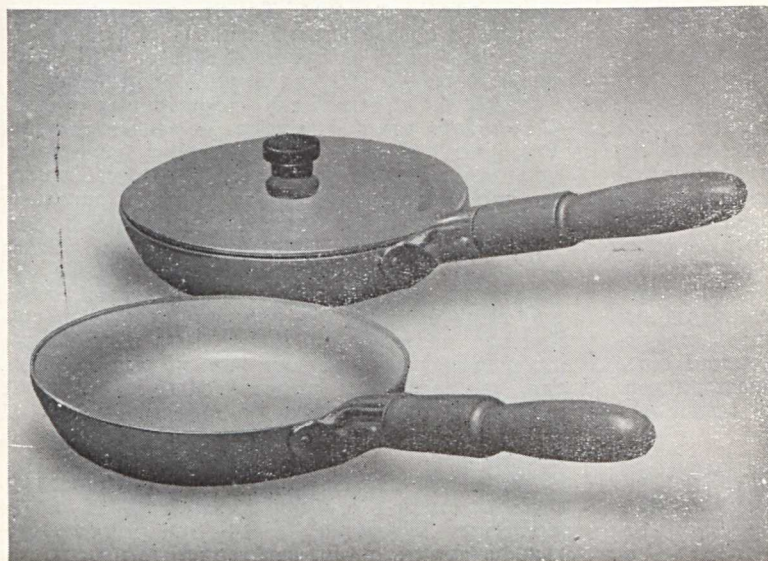
Котел.
Медь
луженая



Сковороды.
Алюминий
полированный.



«Художник обязан быть конструктором»



Сковороды.
Алюминий
штампованный

«ДИ СССР»

Металлическая посуда — часть предметной среды, не имеющая таких традиций специфически эстетического функционирования, как фарфор или хрусталь, не несущая в своей форме столь ярко выраженной и многообразной социальной знаковости, как одежда, не играющая столь существенной роли в декоративном оформлении интерьера, как светильник. Но отрицать значения эстетического фактора в восприятии посуды никто не будет: мы предпочитаем иметь красивую посуду. Когда она не удовлетворяет этому требованию, она не пользуется спросом. Проблемам массового производства металлической кухонной посуды посвящена беседа старшего инженера технического отдела Главного управления сбыта продукции ведущего министерства по производству металлической штампованной посуды Любови Сергеевны ПАВЛОВОЙ и младшего научного сотрудника отдела художественного конструирования для жилых и общественных зданий Всесоюзного научно-исследовательского института технической эстетики (ВНИИТЭ) Евгения Дмитриевича ЩЕДРИНА. Поскольку в беседе участвуют представители двух полюсов данной области — теоретик и практик, начнем разговор с выяснения самого общего понятия.

Что такое образцовый предмет в посуде?

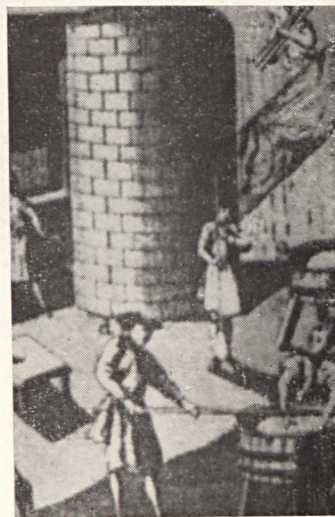
Инженер

Для меня образцовый предмет — это хорошо выглядящий предмет. Хорошо спроектированный и выполненный. Это общая гармоничность формы. Единство арматуры с конфигурацией. Выдержанность общего решения. Чистота формы.

Теоретик

На мой взгляд, проблема эстетической ценности вещи значительно шире. Но у нас, к сожалению, она сужена до формально-композиционной правильности. Кто занимается проектированием посуды? Художник-конструктор. Главное слово в этом наименовании — художник. Человек, имеющий только художественное образование, не подготовленный ни в этно-исторических, ни социологических вопросах, не имеющий, так сказать, культурологической широты подхода в конструировании предмета, которая так необходима при разработке элементов предметной среды нашего быта. Поэтому художнику подчас безразличен материал, из которого изготовлен предмет: главное для него — форма.

Я убежден, что эстетическим компонентом в



металлической посуде являются свойства самого материала. Это, так сказать, «осозательное» качество посуды. Насколько вещь убедительна, приятна, целесообразна, зависит прежде всего от этого, а не от хорошей конфигурации. Форма — это реализация свойств материала.

У нас в стране уже довольно продолжительное время основная масса посуды изготавливается из материала, в котором нет как раз этого осозательного качества. Я говорю об алюминии, из которого изготавливается половина всей металлической посуды. Нельзя сказать, что у него нет достоинств. Он легче, чем чугун, прочнее, чем керамика, гигиеничнее, чем медь, пластичнее, чем жель. В нем есть универсальность, способность удовлетворять сразу всем требованиям, — но на среднем, компромиссном уровне. В посуде из штампованного алюминия есть что-то «ненастоящее», он выглядит скорее каким-то заменителем, для многих он сразу ассоциируется с походной кухней, с нестационарной, недомашней жизнью, недаром у населения такое скептическое отношение к нему.

Инженер

Штампованный алюминий — не результат неосведомленности художника-проектировщика в традиционных материалах для металлической посуды. Не он его выбрал, его выбрало время. У посуды во все времена был какой-то основной рентабельный материал, до освоения железа, например, — глина. Таким материалом сегодня является алюминий, завтра будет, скажем, нержавеющей сталь.

Последствия войны — разрушенное хозяйство, перестройка промышленности на нужды обороны — создали острую нехватку металлической посуды в стране. Быстро покрыть дефицит могло только крупное производство, поэтому было решено для производства товаров широкого потребления использовать свободные мощности тяжелой промышленности. Это было единственное решение проблемы, ибо местная промышленность на полукустарном уровне быстро решить ее, конечно, не могла. Этим и объясняется, почему в качестве основного материала был выбран листовой алюминий: с одной стороны дешевизна, простота технологии были очень удобны для промышленности, позволяли быстро наладить выпуск больших масштабов; с другой стороны, потребитель получал изделие прочное, гигиеничное, легкое.

Теоретик

Поскольку нас интересует эстетический аспект в нашем предмете, добавлю, что в те послевоенные годы алюминий как металл новый, без груза традиций восприятия, эстетически выражал собой то, что можно назвать общественным идеалом быта. Но сегодня существенно изменились представления об эстетике в посуде, сегодня изделия из штампованного алюминия — это уже как бы полуфабрикат, минимальная работа с металлом с точки зрения возможностей экономики и технологии. Эта «минимальность» является компонентом в эстетическом восприятии. Потребитель как бы видит, во что обошлась вещь промышленности, оценивает стоимость вложенного в нее труда и в своем отношении к ней «платит той же монетой».

Инженер

Текущий год мы считаем годом насыщения. Первая потребность удовлетворена, теперь нужно

Инженер

В разработке новых образцов мы находимся в постоянном контакте с Институтом конъюнктуры и спроса при Министерстве торговли СССР (совместно с ним мы разработали приблизительный перечень алюминиевой посуды для семьи из 2-х, 3-х и 4-х человек), держим тесную связь с ВНИИТЭ и с Павильоном лучших образцов товаров народного потребления при Министерстве торговли СССР.

С Институтом мы заключили крупный договор, который предусматривает анализ всей выпускаемой нами посуды и рекомендации для новых изделий — по размерам, общему виду, расположению арматуры, материалам и т. д. Чем он руководствуется в своих прогнозах будущих форм, на каком уровне изучает потребности покупателя, мы не знаем, но его решения подчас кажутся нам совершенно непонятными. К примеру, промышленность перестроилась на выпуск в крупных масштабах посуды нового образца, причем этот образец по рекомендации Павильона лучших образцов куплен за границей. Но ВНИИТЭ вдруг забраковывает его как не соответствующий вкусу нашего потребителя, как «устаревший», не считаясь с тем, что на его разработку затрачены большие средства и труд. Да и собственная их работа нас не всегда удовлетворяет. Вот, например, Ступинский комбинат — основной поставщик металлической посуды (11 тыс. тонн в год) — заключил договор с Ленинградским филиалом ВНИИТЭ на разработку пяти изделий, при этом было оговорено, что эти изделия будут на уровне высшей категории — в этом заинтересован завод. Изделия были сконструированы и выполнены в пластмассе. Потом оказалось, что их нельзя выполнить в металле: заложены такие малые радиусы, что алюминий, несмотря на отличные свойства, дает трещины, и даже просто нельзя вынуть изделие из штампа.

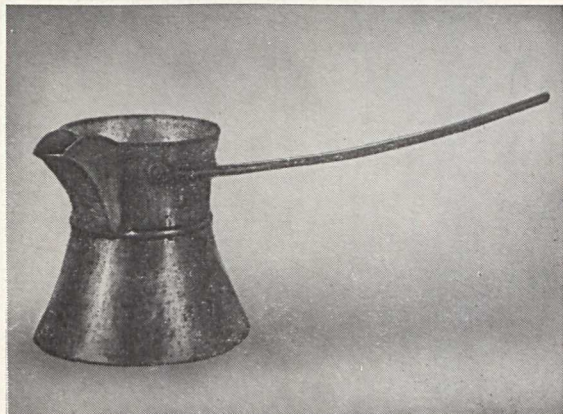
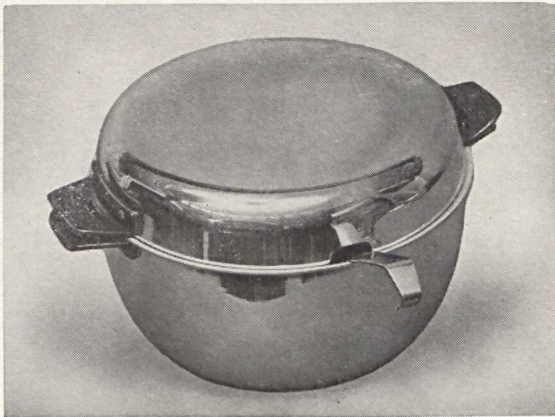
Теоретик

О работе красноречивее всего говорят ее результаты. Работы по прогнозированию характера будущих изделий нашей промышленности ведутся. Но как? Уровень прогностических исследований еще довольно кустарен, результат этого — полное отсутствие взаимной информированности и

Квага (котелок).
Грузия

Кастрюля.
Алюминий
полированный

Кофеварка.
Медь. Грузия



дать возможность выбирать. Мы начинаем крупную перестройку на новые материалы — нержавеющую сталь, биметаллы, алюминий эмалированный, полированный. Нержавеющая сталь, например, обладает великолепными качествами: она более практична, долговечна, не гнется, не бьется, не «засаливается» при чистке, всегда сохраняет блеск. Но это скорее послезавтрашний день: пока она все-таки относительно дорога для посуды. Завтрашний же день — это алюминий, но более высокого, чем штампованный, практического и эстетического качества: эмалированный, с наружным эмалированием, полированный и биметаллический — с нанесением на поверхность других металлов, например нержавеющей стали. Штампованный алюминий останется как материал для посуды «нестационарной» кухни: на дачу, для туристов, геологов — для кружек, котелков и т. д.

«ДИ СССР»

Это касается самого общего в посуде — изменения материала. Нас же интересует, как вы прогнозируете более частное изменение форм отдельных предметов.

понимания друг друга. То, что рекомендует к запуску в производство Павильон это, как правило, купленный за границей образец. Это очень существенная и важная форма обновления ассортимента, и выработка совершенных критериев отбора вещи к закупке — сейчас как никогда актуальна. В прошлом же от некоторых закупленных образцов оставалось впечатление, что это результат какого-то личного, довольно случайного вкуса, не учитывающего целой массы факторов. Такие вопросы не должны сейчас решать не только один человек, но и одна организация, надо вырабатывать критерии сообща, тогда возможность просчета будет меньше. Для нас, например, не может быть аргументом, что производство уже настроено на выпуск изделия, что затрачены средства. Мы видим, что изделие не отвечает целому ряду требований, и наш долг — воспрепятствовать допуску его в производство.

Производство должно перестраивать технологию в соответствии с особенностями проекта изделия. Разве художник, а не промышленность должна думать о том, как воплотить проект?

Инженер

Да, я считаю, что художник должен быть и технолог. Он должен знать, что может изготовить промышленность, а что нет. Вещь предназначена для изготовления в алюминии, так и надо было ее в этом материале выполнить, автор сам бы убедился, что изготовить вещь невозможно. Художник должен консультироваться с технологиями и сам быть технологически грамотен. Только тогда он по-настоящему и является художником-конструктором нашего предмета.

«ДИ СССР»

А если наоборот: устаревшая технология мешает художественному решению?

Теоретик

Я думаю, что это существенный вопрос. Крупное производство в силу своей масштабности не заинтересовано в частой перестройке технологии — это и сложно и дорого. Посмотрите, в чем выражены планово-экономические показатели производства многих видов посуды — в тоннах! В такой форме фактически не отражена даже количественная сторона: для нас-то ведь посуда — это кастрюля, чайник, а не килограммы металла. Это отрицательно сказывается на работе художника-проектировщика. Например, он понимает, какую важную роль играет хорошая, продуманная форма в эмалированной посуде, которая зачастую наряду с фарфором выполняет эстетическую функцию на нашем столе и в кухне, скажем, тот же чайник. Но он знает и то, что эмалирование не будет произведено в соответствии с требованиями, и все стыки, разъемы форм, ему приходится продумывать таким образом, чтобы минимально сказалось несовершенство этого процесса. Это сильно ограничивает художника в выборе формы. Технология на предприятиях у нас сейчас вполне современная, но она не «доведена», не отлажена до такой степени, чтобы можно было точно реализовать проект.

Вот и получается, что, работая в условиях жестких технологических рамок, художник удовлетворяет прежде всего требования промышленности, а не потребителя.

В системе планирования, вероятно, должны быть

Теоретик

Положение с ассортиментом и номенклатурой металлической посуды нельзя считать удовлетворительным. Хотя теоретические разработки и ведутся — в частности, этим сейчас занимаются совместно ВНИИТЭ и ВИЛС (Всесоюзный институт легких сплавов), — но вопрос этот не поднимается во всей полноте. Взято всего два вопроса: разработка посуды с учетом демографической структуры рынка и с учетом национальных особенностей. И к этому свелись все проблемы посуды! А здесь ведь есть тысяча других, не менее важных: культурологическая, социальная, стилевая, проблема моды и ее циклов.

Есть, скажем, проблемы особых климатических и географических условий — Крайнего Севера или высокогорных районов. Посуда там должна быть во многом иная. Для таких условий нужно делать герметически закрывающую посуду с завинчивающимися крышками, чтобы обеспечить нагрев жидкости до кипения на высоте 4-х км. Если в этих условиях живет и работает 10 тыс. человек — это уже социальная проблема, а населения, живущего в таких условиях, у нас гораздо больше.

Или та же проблема национальной посуды. Ведь она не решается простым историко-этнографическим подходом — сохранением традиционных образцов или декоративного оформления. Дело не в сохранении орнамента и старых форм, а в соблюдении особенностей национальной кухни, в специфических способах приготовления пищи. Этническую специфику нужно органически сплачивать с новейшими дизайнерскими решениями. Только широкий научный анализ всей посуды в целом может определить номенклатуру и ассортимент штампованной металлической посуды.

«ДИ СССР»

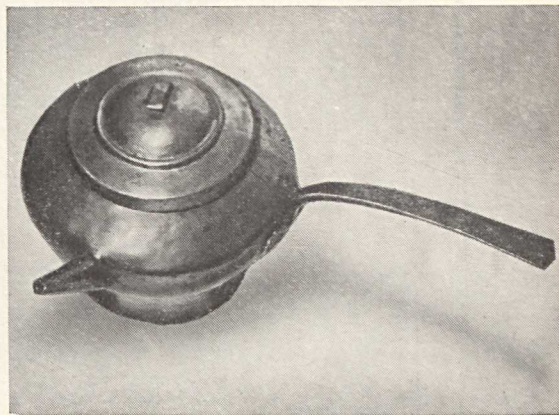
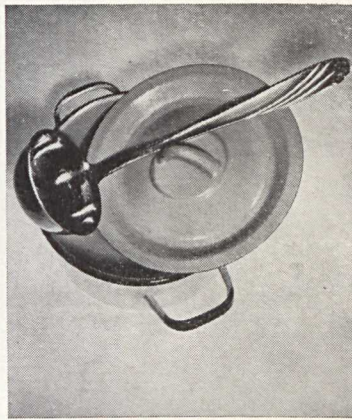
Два вопроса, затронутые в беседе, на наш взгляд, заслуживают особого внимания.

Это прежде всего координация работы всех учреждений, занимающихся прогностическими исследованиями. Только суммарный опыт Базового конструкторского бюро в области материала и технологии, ВНИИТЭ — в области формально-

Кофейник.
Алюминий
полированный

Кастрюля.
Алюминий
эмалированный

Сосуд
традиционной
формы. Грузия



предусмотрены какие-то минимальные партии изделий специально экспериментального значения, которые выходили бы за рамки существующей технологии и служили заданием технологиям.

«ДИ СССР»

А как проявляется себя массовое производство по отношению к разнообразию изделий, к ассортименту и номенклатуре?

Инженер

Сейчас, когда самая насущная потребность в посуде удовлетворена, производство большое внимание уделяет качественной стороне продукции и ассортименту. Но разнообразить ассортимент нужно в разумных пределах, излишество здесь — не меньший вред, чем скудость. ГОСТ на посуду, который разработало наше Базовое конструкторско-технологическое бюро, дал не только экономии средств и материалов, но и упорядочил ассортимент. Мы ликвидировали массу промежуточных емкостей, но оставили все национальные формы посуды.

композиционного проектирования, Института конъюнктуры и спроса — в области проявления рыночного спроса и т. д. — может дать максимально продуктивный результат в определении характера и облика будущего изделия.

Во-вторых, мысль о необходимости экспериментального малотиражного производства как особой формы взаимодействия художника с индустрией массового изделия. Если сейчас новые композиционные идеи художника-проектировщика, требующие перестройки технологии, зачастую оказываются тормозом для выполнения планово-экономических показателей крупного производства, то специальные экспериментальные формы могут выявить стимулирующие факторы для развития и усовершенствования самой технологии крупного промышленного производства.

Возможно, что именно в этой промежуточной форме художник и производство найдут взаимопонимание, которого сейчас нет. Спор, кому за кем следовать — художнику за технологией или наоборот, отпадет сам собой.





«Художник идет к покупателю»

Униформа студенческих
строительных отрядов —
«костюм целинника»



«ДИ СССР»

Одежда — важнейший элемент предметной среды человека, многообразный по роли, сложный по социальным функциям, необыкновенно требовательный к художественному качеству и постоянно меняющийся; «мимолетность моды» — это сказано прежде всего об одежде.

Все эти качества предъявляют к производству одежды особые требования, поэтому неслучайно, что именно в этой области возникли новые формы организации, позволяющие осуществлять более гибкую и непосредственную связь художника с потребителем.

Одной из таких новых форм является специальное художественно-конструкторское бюро Министерства легкой промышленности РСФСР.

Мы обратились к директору — художественному руководителю бюро Аале Александровне ЛЕВАНОВОЙ и главному инженеру Вере Васильевне ЧЕРТОВСКИХ с просьбой рассказать о задачах и деятельности бюро.

Директор-худрук

Ваш гардероб — это всегда ваша характеристика. Мы еще недостаточно осознаем, что костюм — очень важная часть личности человека. Это отношение человека к себе и окружающим. Любое отношение к костюму — это позиция: игнорируете ли вы его, или костюм для вас самое главное — в обоих случаях он очень многое и довольно точно говорит о вашей личности. Вы глубоко уверены, что вам наплевать на костюм, а на самом деле это просто особая форма безразличного отношения к одежде.

Говорить на эту тему можно бесконечно. Я напоминаю об этом только затем, чтобы дать почувствовать, какая ответственность лежит на нас, модельерах массовой одежды. Ведь моду делаем не мы, ничего подобного, моду делает сам народ, мы ее только оформляем. Наша задача — лишь угадать, что он хочет, но еще не осознает. Улица вынашивает идеи, мы их берем, оформляем и возвращаем обратно. Все — от многообразнейшей социальной знаменитости до тончайшей индивидуальной роли, от утверждения традиций до противостояния им — вырабатывается там, а формируется нами. Отсюда естественно и необходимейшее условие нашей эффективной работы — непосредственная связь с потребителем. К сожалению, отсутствием этой непосред-



венной связи страдает наша промышленность. Необходимо ликвидировать нелепый разрыв между моделированием в домах моделей и прилавком. Сегодняшнее моделирование в домах моделей очень далеко от требований широких масс, оно существует как бы само по себе, хотя в общем его уровень достаточно высок. Оторванность от потребителя, непонимание им возможностей промышленности приводит к некоторой самоцельности творчества модельера в домах моделей, к отвлеченному стремлению к «новому», «оригинальному» — короче, художник чаще работает для демонстрационного зала, для выставки, ошибочно понимая их как конечную цель своей работы. А ведь на самом-то деле это только начало.

Поэтому при создании нашего конструкторского бюро была поставлена задача воспитать у художников такие качества, которые позволили бы им непосредственно участвовать в формировании образа нашего современника, быть «режиссерами улицы», разрабатывая не отдельные вещи, а формируя целостные коллекции одежды. Как показывает мировая практика, абсолютно

необходимым условием эффективности современного производства одежды является трехступенчатая структура моделирования: уникальное, серийное и массовое, поскольку для массовой моды необходима подготовка — психологическая и технологическая — народа и промышленности. А у нас до недавнего времени это промежуточное, но совершенно необходимое звено отсутствовало. У нас так: уникальное — массовое. От того, что нет серийного, массовое получается плохим. Дело в том, что массовую моду нужно не столько придумывать, сколько «выращивать». Вместе с потребителем — приучая его, убеждая, вникая в его желания; вместе с промышленностью — отрабатывая технологию и правильно выбирая сырье. Трудность не в создании модели, а в перенесении ее на улицу.

Надо учитывать такой важный фактор, как способность улицы принять новое, так сказать, ее «модоемкость». Ведь, как правило, из десяти новых предложений населением принимается 2—3. Поэтому, скажем, французы в массовом производстве делают три основных «конструкции» платья, отражающих моду на сезон, а не 25. Это мы подчас даем 25, и эта расточительная цифра красноречиво свидетельствует о неясности наших представлений о потребителе, о слабом изучении рынка.

Другая сторона — внедрение моды в промышленность. Масса организаций в нашей стране сейчас делает блистательные модели, но надо делать такие модели, которые способна освоить промышленность. Промышленность не может делать любые модели нигде в мире, и мы глубоко заблуждаемся подчас, думая, что в Париже (столице моды!) могут выпустить любую модель. Это совершенно не так. Многие художники Домов моделей зачастую не знают условий промышленного производства и считают для себя чуть ли не униженным соразмерять свое творчество с этими условиями — сырьевыми, тех-

нологическими и т. д. А результаты бывают самые плачевные.

Как ребенок не может стать взрослым, минуя детство, так и мода не может созреть для улицы без специального выращивания в промежуточной, серийной ступени.

«ДИ СССР»

Ваше конструкторское бюро и есть попытка создать эту вторую ступень, промежуточное звено между новой моделью и массовым производством?

Директор — худрук

Да, это так. Мы формируем новые коллекции, проверяем спрос на них и затем передаем их в массовое производство. Сами мы выпускаем немного, объем нашего производства всего 5 млн. рублей. Тираж изделий — 200, максимум 500 штук одной модели. Этого вполне достаточно, чтобы выяснить отношение к ней потребителя. Из 200 моделей, которые мы выпускаем ежегодно, примерно 150 мы передаем предприятиям Российской Федерации как модели апробированные, принятые и улицей, и промышленностью. Среди них — вещи нового ассортимента, которые, так сказать, меняют облик человека. Конечно, далеко не каждой вещи выпадает такая роль — и это вполне естественно. Формирование образа современника явление сложное. Когда нам удается помочь сформировать его, мы считаем это большой удачей. Пример — «костюм целинника», который мы спроектировали по заказу ЦК ВЛКСМ. Он существует уже 10 лет, и теперь это униформа наших студенческих строительных отрядов — он прижился, его полюбили. Это не значит, что мы выдумали какой-то сверхъестественный крой или фасон. Мы угадали потребность, нашли ткань прочную, утилитарную, удобную для промышленности, а остальное сделали сами студенты — весь этот веселый «корпоративный» декор, который делает эту одежду столь живописной. Или, например, зимние паль-





Спектакль «Театр мод». СХКВ. Режиссер А. Силин. Руководитель показа И. Багичева. Комментарий к показу ведет артист-мим А. Фоменко. Художественный руководитель А. Левашова

Фото А. Зуева



то из «болоны» в виде тулупов — одежда, почти традиционная для русского костюма, легкая и удобная. За 5 лет мы выпустили их тысяч двадцать в различных моделях. И до сих пор они активно покупаются. Яркие или темные, с контрастной или одноцветной вышивкой, они стали заметной одеждой в Москве. Удача в этом случае есть результат умения художника соединить новые эстетические качества с большой практичностью.

«ДИ СССР»

Ну что же, по-видимому, мы, наконец, нашли, что искали: пример идеального сотрудничества художника и производства, отсутствие противоречий, расхождений, пагубно сказывающихся на производстве. Наконец-то вместо спорящих художника и производственника перед нами один человек, олицетворяющий их единство.

Директор — худрук

Если бы так было. Мы, конечно, выгодно смотримся на фоне всего нашего остального производства одежды. Но до идеала нам бесконечно далеко. Судите сами.

Во-первых, производство. Главнейшим условием нашей работы является оперативность, гибкость, способность перестроиться. А у нас нередко мода бывает изношена уже в мечтах. В производстве мы связаны по рукам и ногам планово-экономическими показателями. Мы, предприятие малосерийное и почти экспериментальное, поставлены в условия предприятия массового производства. Любая перемена ассортимента для нас драматична: мы выпадаем из плана, летят накопления и т. д. Три года назад мы начали выпуск жилетных костюмов. Замечательны они тем, что, как кубики, имеют много вариаций. Если у вас есть такой костюм, у вас есть целый гардероб. До сих пор это наш «бестселлер». Но теперь жилетки начали шить все, они сделались одеждой массовой, в них оделись уже участники первомайских парадов. Момент всенародного

признания — для нас сигнал немедленно перестроиться, освободить место для нового. А мы практически этого сделать не можем. У нового изделия может оказаться другая цена, могут измениться затраты времени и т. п., а это сразу нарушает всю нашу экономику. В результате, моделируя новое изделие, мы думаем уже не о том, как оно впишется в облик улицы, а о том, как оно впишется в наш план.

Главный инженер

Здесь мы вступаем в мою область. Да, дело мы делаем одно, а интересы у нас с Аллой Александровной, увы, не всегда совпадают.

Посмотрите на конкретных примерах. В одном из цехов мы шьем стеганные тулупы из «боловни». Они имеют хороший спрос, но вот мода предлагает шить их укороченными, то есть полупальто. Как только мы начинаем выпускать то же изделие в $\frac{3}{4}$, экономические показатели нарушаются. Сил мы затрачиваем столько же. Фактически это то же изделие, только на 5 см короче. Кроме затраты ткани, это ни на чем не отражается. Но длинное стоило 85 рублей, а укороченное будет стоить 50. Мы теряем 35 рублей на штуке — недобор к плану! Появилась, скажем, новая дешевая ткань на юбки, но мы их из этой ткани пустить не можем, потому что сложившаяся цена на юбку 10 рублей, а из этой ткани средняя цена получается 7 рублей: мы на каждой юбке теряем три рубля.

Дело в том, что все наши технико-экономические показатели базируются на фактических показателях прошлого года. В прошлом году, скажем, мы работали на дорогостоящих тканях, естественно, дорогостоящими были и вещи: средняя цена, например, пальто была 85 рублей. Составленный на основе этих показателей план этого года заставляет нас выпускать такие изделия, стоимость которых «вместилась» бы в рамки средних цен плана прошлого года. Мы должны выдерживать расчетную рентабельность своего производства, и если мы в нее не укладываемся — летят все накопления, нет премии, мы получаем нарекания вышестоящих организаций. И целью нашего предприятия фактически оказывается не проработка новых моделей и перспективных тканей, чтобы дать им возможность увидеть жизнь, не савтрашний

го появляется чувство безответственности, ибо от него требуют что-то усредненное, модели на человека вообще. Художник не знает запросов потребителя, потому что посредник эти потребности искажает или не передает вовсе. И естественно, что у художника вырабатывается апатия, безразличие к судьбе своей работы.

Главный инженер

Серийное производство как промежуточное между уникальным и массовым должно иметь законченный хозяйственный цикл, то есть включать и реализацию своей продукции: только в реализации и можно что-то узнать о мнении потребителя. Наши попытки изучать рынок, формировать вкус и моду недостаточны. Правда, пять магазинов, получающих нашу одежду, находятся под ежедневным наблюдением наших социологов, которые определяют специфику восприятия нового, например, в цвете, но только фирменный магазин решил бы проблему изучения потребителя удовлетворительно. Для нас магазин — это полигон, обкатка нашей продукции для дальнейшего запуска в массовое производство.

Директор — худрук

Ведь только там художник будет непосредственно сведен с человеком, для которого он работает, только в таком контакте можно узнать его потребности. Художник перед покупателем был бы непосредственно в ответе за свою работу. Было бы гибкое, пластичное, свободное взаимодействие с улицей, мгновенная отзывчивость на самые мимолетные настроения. В этом случае результаты уже не будут случайными: творчество художника конкретно адресовано.

Главный инженер

Я как главный инженер говорю вам: организация не в меньшей степени заинтересована в магазине и с точки зрения чисто хозяйственной. Специальный магазин замкнул бы наш хозяйственный цикл экономически: определенной наценкой на новые модели мы могли бы выдерживать расчетную рентабельность нашего производства. Все чисто экономические проблемы, возникающие сейчас при разработке новых моделей, — не окажутся ли новые вещи дороже или дешевле сложившихся средних цен и не нарушат ли тем самым план, — сами собой решились бы, и мы могли бы целиком переключиться на чисто художественные проблемы производства.

«ДИ СССР»

Пример со Специальным конструкторским бюро

показывает, что проблема качества художественной вещи массового производства может быть решена только комплексно. Попытки решить ее изолированно, совершенствуя только какую-то одну сторону процесса, приводят лишь к новым трудностям. Если исключить реализацию, производство теряет способность к быстрой перестройке, а художник-модельер — четкость представлений о требованиях потребителя.

Если в области художественного проектирования массовой одежды стало общеизвестной истиной, что инициатором нового является потребитель («моду делает улица»), то необходимо осознать это практически, организационно. Реально поставить потребителя в комплексе производства в инициативное положение, предоставить ему возможность наряду с планово-экономическими показателями, определяющими количественную сторону, выражать качественно-предметную определенность вещи.



день моды, а все тот же план. На наш взгляд, всем моделирующим предприятиям, имеющим при себе экспериментальное производство, условием эффективной работы которых является гибкость, способность к быстрой перестройке, нужно давать и гибкий план. Теперешние условия производства мешают нам быть оперативными.

«ДИ СССР»

Вы говорили о непосредственной связи с потребителем, о контакте с улицей. Каким образом у вас она осуществляется?

Директор — худрук

Это наш второй большой вопрос. Было бы идеально, чтобы художник знал, где, как продаются его вещи, как к ним относятся люди. Сегодня же вопрос, что запускать в производство, решает не художник, а представители промышленности, то есть непосредственного контакта модельера с потребителем нет. Они отбирают вещи по своему субъективному усмотрению, отбирают вещи средние, «понятные», вчерашние. Такое отношение, естественно, отрицательно влияет на работу художника, у не-

читься на чисто художественные проблемы производства.

«ДИ СССР»

Пример со Специальным конструкторским бюро показывает, что проблема качества художественной вещи массового производства может быть решена только комплексно. Попытки решить ее изолированно, совершенствуя только какую-то одну сторону процесса, приводят лишь к новым трудностям. Если исключить реализацию, производство теряет способность к быстрой перестройке, а художник-модельер — четкость представлений о требованиях потребителя.

Если в области художественного проектирования массовой одежды стало общеизвестной истиной, что инициатором нового является потребитель («моду делает улица»), то необходимо осознать это практически, организационно. Реально поставить потребителя в комплексе производства в инициативное положение, предоставить ему возможность наряду с планово-экономическими показателями, определяющими количественную сторону, выражать качественно-предметную определенность вещи.

Художник и инженер: проблемы сотрудничества

Н. Воронов

Партия и правительство уделяют огромное внимание росту благосостояния нашего народа. В материалах XXIV съезда КПСС значительное место заняли вопросы повышения материально-культурного уровня жизни нашего народа, роста его благосостояния. Решения съезда по этим вопросам успешно претворяются в жизнь. В докладе «О пятидесятилетии Союза Советских Социалистических Республик» Л. И. Брежнев говорил, что только в 1971 и 1972 годах «около 30 миллионов человек получили повышение заработной платы, пенсий и стипендий. В новые квартиры за эти годы переехали около 23 миллионов человек». За этими внушительными показателями роста благосостояния стоит не менее внушительный рост покупательной способности населения, потребности в новых товарах. Мы уже однажды приводили подробные статистические данные о росте населения, об увеличении продолжительности жизни, о количестве заключенных браков, о росте доходов и т. д. Все это привело к значительному росту спроса на бытовые вещи — мебель, посуду, обои, драпировочные ткани, одежду и т. д. Промышленность, выпускающая бытовые товары, оказалась неподготовленной к тому, чтобы этот спрос удовлетворить. Создался дефицит, который мы только сейчас постепенно начинаем преодолевать.

Но самым сложным для промышленности являлось и является не

столько необходимость резко увеличить производство бытовых изделий, вызванную ростом покупательной способности населения, сколько изменение структуры спроса. Резко повысилась динамичность жизни. И это самым прямым образом отразилось на мире вещей. Мода, которая раньше держалась чуть ли не десятилетиями, теперь меняется почти каждые полгода.

Но мода стала не только быстро меняться — она стала динамично расширяться и охватила мебель, посуду, кастроли, портфели, холодильники... А информированность населения благодаря кино, телевидению, иностранному туризму, иллюстрированным журналам все время растет, а вместе с ней растет потребность в разнообразных и хороших товарах. И вот все очевиднее становится истина: у нас не просто дефицит вещей в привычном, количественном понимании. У нас не хватает красивых вещей, модных вещей, изделий, отвечающих постоянно изменяющемуся вкусу.

А промышленности развивает производство простейших фаянсовых тарелок, осваивает выпуск небьющихся стаканов, запускает огромный завод прессованного хрусталя, то есть пытается в тысячных тиражах штамповать наименее выразительные вещи, эстетически обесцененные уже самой своей массовостью.

Всю серьезность положения с качеством товаров широкого потребления отразил специальный документ, некоторые положения которого я хочу напомнить: «ЦК КПСС отметил, что Министерство легкой промышленности СССР и Министерство легкой промышленности союзных республик медленно перестраивают работу по улучшению качества и ассортимента товаров в соответствии с требованиями XXIV съезда партии и декабрьского (1972 г.) Пленума ЦК КПСС, подходят к оценке деятельности предприятий без достаточного учета растущего спроса населения. Министерство не используют с должной эффективностью оказываемую им помощь, в отрасли отсутствует программа работ по планомерному повышению качества и расширению ассортимента товаров на основе рационального использования сырьевых ресурсов, внедрения научно-технических достижений в производство, технического перевооружения предприятий. Недостаточно внимания уделяется моделированию и конструированию изделий, вследствие чего большое количество одежды и обуви выпускается однообразными по моделям и фасонам, расцветке и отделке, очень мало изготавливается новых модных товаров, плохо поставлена работа по моделированию непосредственно на предприятиях». (Газета «Правда», 28 августа 1973 г.)

В настоящее время еще более и более становится очевидным, что только с помощью художника, при непосредственном его участии в производственном процессе промышленность может ответить на требования покупателя.

Нет в промышленности другого лица, которое могло бы сделать вещи красивыми и отвечающими существующей моде. Прошел длительный процесс, в результате которого на производстве вдруг с удивлением обнаружили, что инженер является не единственным важным лицом на предприятии, что слава предприятия зависит часто не только от его работы, но и в большой степени — от работы художника. Что на международных и внутрисоюзных выставках медали и дипломы дают за красоту вещей, а не за то, что они небьющиеся или немнущиеся. Но осознание этого начало приходить в очень сложной и противоречивой ситуации — именно в то время, когда создалась нехватка товаров и одновременно в масштабе страны был поставлен вопрос о качестве. Что это значит с технической точки зрения? Это значит — как можно больше увеличивать количество и одновременно стараться, чтобы вещи были прочные, долговечные, надежные. Создалась иллюзия, что возникшую проблему можно решить чисто инженерными средствами. Больше количество — это значит надо максимально сократить ассортимент, выпускать самые простые, наименее трудоемкие изделия. А улучшить качество — значит стандартизировать и механизировать производство, ввести в действие весьма рентабельные иностранные станки и целые линии. Именно так поступили в фарфоро-фаянсовой, стекольной и текстильной промышленности. А что же художник? Как раз теперь всем показалось, что он совершенно не нужен предприятиям — вот факты: на Конаковском фаянсовом заводе одаренные художники Г. Вебер, О. Белова, Г. Садиков, проработавшие более 10 лет, были вынуждены уйти с предприятия; с Краснодарского фарфоро-фаянсового завода ушли художники, фактически заложившие в свое время основу стиливого направления этого завода, супруги Ермоленко; на белорусском заводе «Неман» художники, являющиеся гордостью советского стеклоделия: В. Мурахвер, С. Раудве, Л. Мягкова, и другие, создававшие высокохудожественные образцы, определявшие стилистическое направление нашего стекла, отказались участвовать в выставках; на Чебоксарском хлопчатобумажном комбинате и, в частности, на ткацкой фабрике № 3 художникам не дали возможности подготовиться и участвовать на российской выставке образцов массовых видов художественных изделий; не работают больше на текстильных фабриках такие известные мастера, как А. Забелина, Н. Кирсанова, С. Заславская, И. Кулакова, и многие другие, не раз прославлявшие советский текстиль на союзных и международных выставках. Этот печальный перечень можно продолжить и дальше. Но стоит ли говорить о далеко не всем известных и нередко оторванных от центра производствах, когда даже в Ленинграде, на всемирно известном заводе имени Ломоносова, заводе, который, собственно, создан художниками и

цепен именно тем, что здесь выпускаются не просто бытовые, а высокохудожественные вещи, — даже здесь уже почти в течение полугода отношения между администрацией и художниками остаются не просто нетворческими, а даже конфликтными.

Почему отношения инженеров и администрации (которая тоже обычно состоит из инженеров) с художниками так резко обострились именно сейчас, когда они стали очень нужны стране?

Резко выросло количество выставок, причем декоративно-прикладное искусство на них стало занимать все более значительное место. Увеличилось количество общественных интерьеров — и заводскому художнику начали заказывать оформление для них. У него все чаще закупами вещи для музеев и выставочных фондов Министерства культуры, Союз художников и т. д. В эти же годы ряд художников-фарфористов и текстильщиков получили почетные звания и Государственные премии. Создалось парадоксальное положение: именно в то время, когда на производстве почти не внедрялись новые работы художников и их существование на заводах казалось совершенно ненужным, общественный престиж профессии неизмеримо возрос. О художниках писали статьи и монографии, их показывали по телевидению... Молодого специалиста, без году неделю проработавшего на заводе, необходимо было обеспечить квартирой, он начинал участвовать на выставках, в него закупами вещи, ему предоставляли творческие отпуска, он ездил в составе специализированных групп от Союза художников за рубеж. Возросшее внимание к художнику сопровождалось недовольством со стороны инженеров и руководства предприятия. На ряде заводов и фабрик администрация, пользуясь отсутствием специального «Положения», регламентирующего работу художника, начала ограничивать их в возможности сбора материала, в выполнении выставочных работ и даже при выплате им премий и прогрессивно-сдельной оплаты. Например, на Чебоксарском комбинате, о котором уже шла речь, художники даже на съезд художников смогли поехать только за счет своего отпуска и на свои средства. Колорист здесь из 13 образцов тканей должен на Совете за 12 получить отличную оценку для того, чтобы ему начислили «прогрессивку». Когда здешние художники в порядке принятия социалистических обязательств захотели соревноваться с херсонскими художниками-текстильщиками, наладить с ними обмен образцами тканей, выставками этюдов и т. д., администрация категорически это запретила. Перестали разрешать выезд художников на республиканские и всесоюзные художественные советы и стали посылать туда инженеров-химиков. Руководившая в то время работой художественной мастерской инженер-технолог ходила на городские и областные выставки и записывала, кто из художников

комбината экспонирует свои работы, и это тоже вменялось им в вину... Факты, достойные сожаления. И примеров элементарно неуважительного отношения к труду художника достаточно много.

Обрисованная выше ситуация явилась поводом к «конфронтации» между художниками и инженерами-администраторами. Но, наверное, кроме поводов, есть и более глубокие причины. Наши психологи изучают сейчас поведение личности в небольших группах, занимаются вопросами психологической совместности в коллективах. Мне представляется, что, кроме личностных качеств, в этой проблеме важны и профессиональные. Сейчас отчетливо проявила себя неподготовленность к сотрудничеству двух больших исторически обособленных групп производственного персонала — художников и инженеров-администраторов. В обрисованной перспективе развития нашей промышленности массовых видов художественных изделий все более очевидно, что в дальнейшем им не просто придется работать вместе — они объективно поставлены перед неизбежностью сближения и взаимопроникновения. Стало быть, эту несовместимость надо как-то преодолевать.

Но в чем суть этой несовместимости? За двумя противостоящими формами профессиональной психологии стоят две структуры сознания: понятийная и образная, научно-техническая и художественная. Их противостояние «старо как мир» и было традиционным для культуры последних столетий, но практической проблемой стало только в последнее время, когда раздвинулся (историческая!) необходимость их практического сотрудничества для образования нового единства — гармонии, рассчитанной алгеброй: предмета художественного, выполненного средствами научно-техническими. Инженер мыслит обычно количественными категориями и категории качественные существуют для него в количественном выражении: он имеет дело с параметрами точно и количественно измеряемыми. Как администратора его тоже интересуют программа выпуска в цифровом выражении, затраты, прибыль, объем, вал и т. д. Художественную продукцию он также стремится всячески нормализовать, измерить, унифицировать. Так, недавно введен отраслевой стандарт на «Посуду фарфоровую столовую и чайную» (ОСТ 17-84-71). По нему, например, глубокие тарелки могут быть только трех диаметров — 200, 220 и 240 мм и только трех емкостей — 250, 425 и 500 куб. см. И пусть кто-нибудь скажет, что это далеко не всегда красиво или не обоснованно с точки зрения диететики — науки о питании! Зато в стандарте оговорено наличие восьми (!) размеров ваз для супа и бульона, которыми уже давно никто не пользуется, но которые зато дают существенное повышение пены каждого сервиза и, следовательно, прямую выгоду предприятиям.

А столь распространенные сейчас

кофейные чашки могут быть лишь двух емкостей — 60 и 100 куб. см. Стандарт вообще имеет целый ряд несуразностей, серьезно ограничивающих творческую работу художника. Например, он практически запрещает выпуск безбортных суповых тарелок, устанавливает совершенно «неопределенное определение» брака — иначе тут не скажешь, — потому что, например, царапины на рисунке допускаются для изделий I сорта — «малозаметные», 2-го — «незначительные» и 3-го — «не ухудшающие рисунок». Чем «малозаметные» отличаются от «незначительных»? Это же определения различных категорий. Так называемая «сборка деколи и разрыв красок» допускаются (!) для 1-го и 2-го сортов «не ухудшающие общий художественный вид рисунка», а для 3-го — «не искажающие рисунок». Разве «ухудшить» — это не значит исказить?

Но оставим сейчас этот стандарт — приведенных примеров достаточно, чтобы еще раз подчеркнуть: сегодня в силу несовершенства и неподготовленности оперативного аппарата, «языка цифр», к новой для него задаче инженер не может адекватно выразить эстетическое содержание образа, предлагаемого художником. Он искажает его, то есть ухудшает. Художник же мыслит всегда качественными и обычно не переводимыми на язык цифр категориями. Гармония, тектоника, пластика, цветовое равновесие... Пока что все это — интуиция, вкус, навык. Констатируемое различие вовсе не значит, что художественное мышление лучше или хуже научного, «качественное» — «количественное». Просто они разные. И разные способы оценки явлений. Инженер говорит, что глубокая тарелка должна быть емкостью в 500 «кубиков», а художник говорит, что она должна быть красивой. Договориться при таких позициях трудно. И необходимо идти на взаимный компромисс.

Интересы каждого заводского инженера и администратора направлены на достижение стабильности производства. Хорошо отладить производство можно только при выпуске однотипных, стандартизированных изделий.

Чем менее разнообразна продукция — тем лучше. Производство будет работать четко и точно лишь при минимальных изменениях типоразмеров, габаритов, внешнего вида выпускаемой продукции. Прав инженер в этих своих стремлениях? Безусловно, прав!

Художник же на производстве есть представитель нестабильности. Он все время создает новые рисунки, новые образцы, новые формы. Он требует переналадки производства. Сама специфика его работы вынуждает художника все время смотреть в завтра, искать что-то новое. Прохождение текстильного рисунка от крока до выпуска ткани занимает полтора—два года. Значит художник обязательно должен смотреть на два года вперед. Лишая его поездок на Советы, творческих командировок,

времени на посещение музеев, рисование с натуры, просмотр журналов и т. д., администратор стремится пресечь поток получаемой информации, препятствовать специфически «не-стабильному» мышлению художника.

Можно рассмотреть еще ряд «срезов» с производства — и везде мы убедимся, что задачи, подход, способы решения, образ мышления инженера и художника будут различны. Это — объективная реальность. Но на сегодня она слишком вредит общему делу. Наглядный пример тому — выставка образцов массовых видов художественных изделий в Манеже. Практически на этой выставке почти не было образцов, действительно выпускаемых в массовом порядке. Демонстрировалась, в лучшем случае, малосерийная продукция — те сервизы, которые, например, Дулевский завод производит в количестве 500 штук для продажи в Доме фарфора. А десятками миллионов он выпускает совсем другие изделия. Но — каждая выставка в той или иной степени носит, как говорится, «показной» характер. На то она и выставка. Страшно другое — что на ней практически не было **новых** изделий. Ведь те, кто бывает на Художественных советах, видели эти образцы уже 2—3 года назад. Отдельные вещи Аствацатуряна, Жульева, Ганрио были премированы на Хрустальном и Фарфоровом конкурсах «ДИ СССР», то есть еще в 1969 и 1971 годах. Почему же они не выпускаются?

Ведь если бы система «художник — производство — потребитель» работала бесперебойно, то подобная выставка была бы не нужна. Выставка есть апелляция к общественному мнению, есть признание того, что о чем-то нужно посоветоваться. Она есть признание того, что конфликт между художником и производством слишком углубился. И дело не в том, что кому-то не дали творческую командировку или не разрешили работать для лотереи. Положение гораздо серьезнее, и проблема глубже: промышленность не внедряет новых образцов. Художник работает вхолостую. В текстиле запускается примерно 25—27%, созданных художниками рисунков, в стекле — 20—25%, в фарфоре и фаянсе на отдельных заводах — до 10% новых образцов.

Но это не вина их, а беда. Большинство из них училось своему делу не менее 10 лет — в художественных школах, в техникумах, студиях, а затем в вузах. А отдача — 10%. Это же расточительство в государственном масштабе. Следовательно, на сегодня мы должны признать, что пока еще художник и инженер не готовы к сотрудничеству на том качественно новом уровне, который требует время от нашей промышленности массовых видов художественных изделий.

И вот здесь — в производственной культуре — скрыта возможность преодоления «несовместимости» между художником и инженером, возможность перестройки отношений, а

вместе с тем и налаживания значительно более эффективной работы. Под производственной культурой понимаются здесь не зеленые станки в чистых цехах и не цветочки на окнах, а такая организация работы, когда дело вершится не для плана, не для показателей, а по существу. Когда работа фабрики действительно зависит от рынка и когда производство заинтересовано во внедрении нового, в постоянном обновлении ассортимента.

Ведь выставка в Манеже показывает не только то, что производство не может сотрудничать с художником, но и то, что художник тоже не находится на уровне современных требований. Выше говорилось, что самым неприятным было отсутствие на выставке действительно новых изделий. Новых не только в смысле рисунка или формы, а новых принципиально. Художник на производстве смотрит на два года вперед, но он смотрит с позиций стилистики вещи. И инженер в какой-то степени прав, когда противится внедрению нового рисунка — чем принципиально сегодняшние цветочки лучше вчерашних зверюшек или позавчерашних квадратиков и ромбиков? А художник не приучен смотреть вперед с позиций самой вещи. Он думает о том, как положить завтра рисунку, имитирующий грань на прессованном стакане, чтобы сделать этот стакан красивее и изящнее. А следует подумать о том, нужны ли будут вообще завтра стеклянные граненые стаканы.

И поэтому рядом с инженером и художником, а вместе с тем и как буфер между ними, нужен еще социолог, специалист по конъюнктуре, товаровед в широком понимании этого слова, то есть своего рода «вещевед», специалист по сегодняшней материальной культуре. Нужен ученый, могущий ответственно формировать ассортимент, направлять, согласовывать и координировать работу художника и инженера. Ведь если бы мы с самого начала возникновения затруднений со снабжением населения фарфором, стеклом, галантереей и т. д. пошли по пути построения дифференцированного и целесообразно направленного ассортимента, эти затруднения удалось бы преодолеть гораздо быстрее. Выставка в Манеже поражает, в частности тем, что на ней совершенно нет образцов изделий для стационарного общественного питания, для питания в самолетах, поездах, на вокзалах, для обслуживания туристов и т. д. Нет рабочей и «деловой» одежды, нет фирменной посуды, минимально представлен ассортимент детских изделий. Именно поэтому выставка и не показывает завтрашний день промышленности, а с грехом пополам отражает день вчерашний.

Она отражает его и еще в одном смысле — в отношении нашего понимания качества. Ведь качество в легкой промышленности, в товарах ширпотреба — это совсем не то, что в тяжелой индустрии. В нашем динамичном мире бесполезно создавать ежедневные обиходные вещи с повышенной прочностью, износоустойчивостью,

долговременностью и т. д. Мода на те или иные фасоны, расцветки, формы изделий проходит раньше, чем они физически устаревают. И этот фактор морального старения необходимо учитывать, его необходимо закладывать в вещь при ее проектировании — конечно, в разумных пределах. У нас же все, словно нарочно, делается наоборот — для общепита мы поставляем фаянс и фарфор третьего сорта, то есть посуду максимально быстро бьющуюся и портящуюся, хотя именно здесь она могла бы быть при эстетической нейтральности более долговременной, а индивидуальному потребителю предлагать дорогой и многоукрашенный фарфор, который как раз наиболее подвержен колебаниям моды и вкуса. Небьющиеся стаканы для общепита мы только начинаем делать, а для обеспечения индивидуального покупателя построили новый завод пресованного хрустала, переводится почти исключительно на хрусталь несколько действующих заводов. Ведь это же идет вразрез со всем тем антивещизмом, который мы пропагандируем, это неизбежно потакает той самой мещанской страсти к накоплению вещей, которую мы осуждаем.

В век научно-технической революции нельзя не опираться на науку. А мы фактически исключили науку из организации производства изделий широкого потребления. Здесь нет ни научно обоснованной разработки ассортимента, ни дифференциации товаров по группам покупателей, ни научного прогнозирования, ни изучения и формирования спроса. В этой связи становится ясным, что наблюдающееся сейчас расхождение между художником и производством — это следствие более глубоких причин, основная из которых — неумение организовать и планировать производство массовых видов художественных изделий, неумение наладить здесь художественную и научную работу. И только когда мы осознаем это, когда это осознание превратится в новые программы подготовки и инженеров, и художников для легкой промышленности, когда мы воспитаем людей способных вместе и рядом творчески работать под руководством дизайнеров и социологов — только тогда и будет достигнута желанная гармония.

Это — единственный путь подлинной интенсификации производства, полноценного использования творческих ресурсов художников и инженеров, достижения все возрастающей экономической эффективности. Легкая и местная промышленность в своем отношении к художнику и к ученому все еще смотрят в прошлое, а не в будущее. Пора сменить ориентиры. Это и будет тот научно-технический прогресс в производстве массовых художественных изделий, о котором говорил Л. И. Брежнев, подчеркивая, что «главная задача сейчас — это круто изменить ориентацию, перенести упор на интенсивные методы ведения хозяйства, обеспечить тем самым серьезное повышение эффективности экономики».

Выставка в Манеже

Н. Степанян

В. Городецкий
Декоративные
тарелки.
Фарфор. ЛФЗ
(на стр. 34—40)



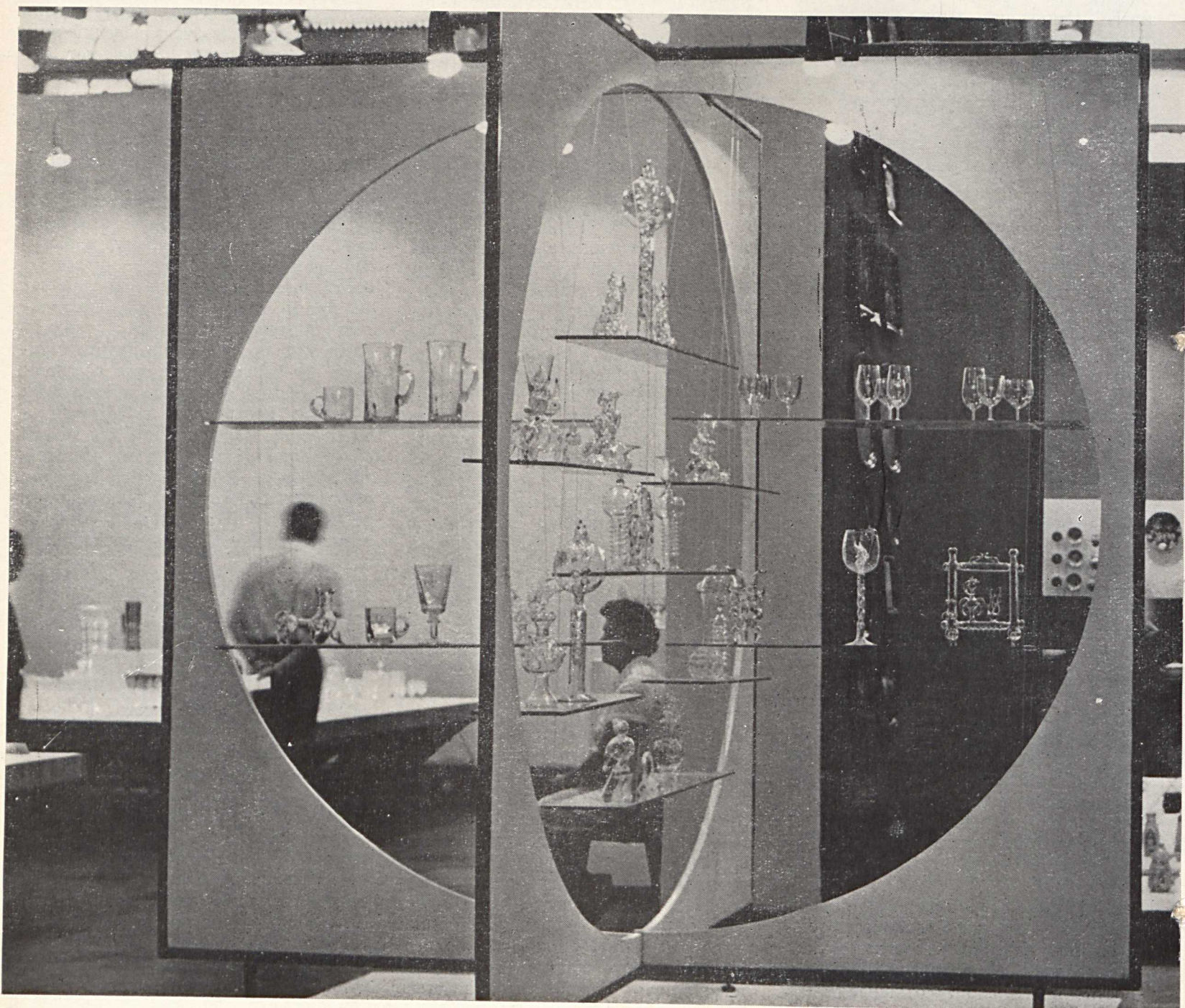
С 6 июля по 12 августа в Центральном выставочном зале в Москве была открыта «Выставка массовых видов художественных изделий предприятий РСФСР» — одна из самых важных и перспективных за последние годы. Несмотря на «невываживочную» пору и очень скромную рекламу, ее посетило более 70 тыс. человек. Это цифра рекордная, она говорит о живом интересе широкой публики. И немудрено. Показ массовых видов художественных изделий — это ведь,

Стенд Дятковского хрустального завода.
На переднем плане:

М. Грабарь
Сервиз
«Бенефис» для ресторана
и штофы.
Хрусталь

Общий вид
экспозиции

Сокращенный вариант доклада, прочитанного автором на конференции в связи с выставкой «Массовые виды художественных изделий предприятий РСФСР».



по существу, показ того предметного мира, который нас окружает, присутствует каждый миг в наших действиях, помогает жить и формирует исподволь, постепенно, наш вкус, отношение к вещам, представление об их ценности, наш облик, походку, жест, то есть во многом — нас самих. Бытовые вещи, незаметные спутники жизни, демонстрируемые на выставке в центре столицы, обретают свое подлинное значение и раскрывают свой тайный смысл: они из области искусства, они в родстве с поэзией, музыкой, картиной и спектаклем — ведь они созданы художником! То, что знают профессионалы, здесь передается каждому человеку, он задумывается над тем, над чем обычно



не принято думать: «мир вещей — это мир искусства». Показать каждодневное как область высокого искусства, будничное и бытовое как таящее в себе эстетический смысл — вот в чем была задача выставки, ее программа. Поэтому ее значение в нашей культурной жизни так велико, ее воспитательная роль так действенна. Необходимость организации подобных выставок бесспорна, они должны стать традиционными для этого зала: эффект их воздействия — в методичности, в постоянном развертывании своей программы на новом материале из года в год. Но, кроме названной благородной сверхзадачи, выставка имеет не менее важную конкретную задачу — показать работу ведущих предприятий, выявить их достижения, дать оценку существующего положения и художественной политики в области производства товаров народного потребления. Материал выставки позволяет увидеть как завоевания нашей художественной промышленности, так и недостатки в ее работе, что даст возможность руководителям и всем участникам производственного процесса прокорректировать деятельность предприятий и более уверенно двигаться вперед.

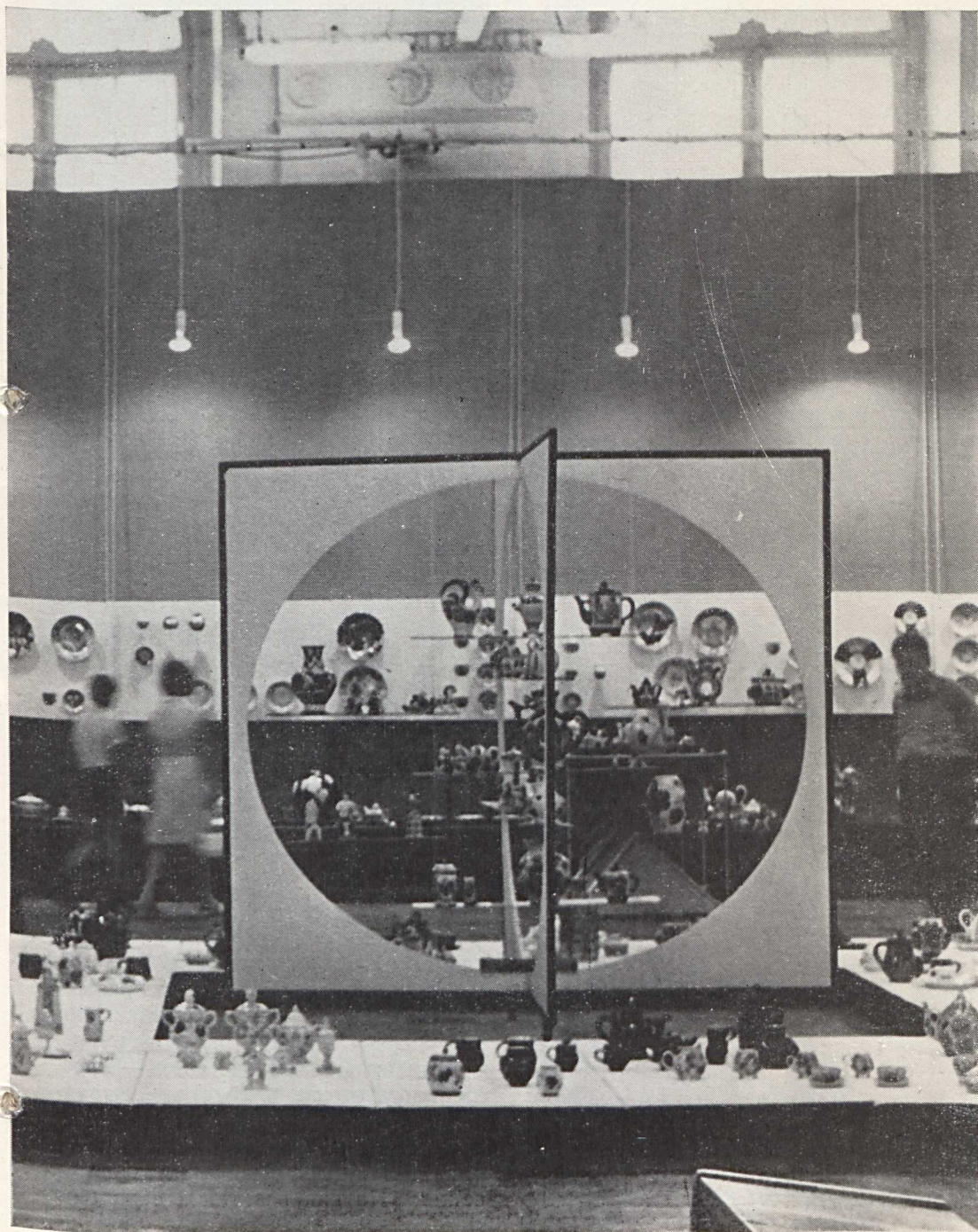
Главное достоинство выставки — широкий показ образцов фарфоро-фаянсовой, стеклянной, текстильной промышленности, художественной продукции местной промышленности и предприятий системы Художественного фонда. Такая демонстрация изделий разных по форме и по ведомственной принадлежности производства, создала хотя и не совсем полную, но все же значительную картину нашего предметного мира, подобную встрече вещей в самой жизни.

Заводы раскрыли свои художественные лаборатории, и зрители увидели многие из хорошо известных и целый ряд новых произведений художников-производственников. Особенное удовлетворение приносили те встречи, когда мы узнавали уже знакомых нам авторов, вспоминали их уникальные произведения на юбилейных выставках, и видели теперь созданные ими образцы, тиражируемые производством, ставшие принадлежностью быта советских людей. Таковы кобальтовые тарелки В. Городецкого, яркие сервизы и чашки П. Леонова, «костяной» фарфор Ломоносовцев, некоторые изделия из стекла.

Отмечая связь между уникальными работами художников и их предложениями для промышленности, видишь сквозную линию стилистических и образных поисков, стремление к созданию единой по своим эстетическим качествам художественной среды.

К сожалению, таких отрадных явлений на выставке меньше, чем хотелось бы. Суженный показ реального выпуска промышленных изделий, почти полное отсутствие так называемой «заводской массовки» привело к тому, что центральная тема выставки оказалась смазанной.

От этой выставки ожидали деловой откровенности. Она была задумана и названа как **выставка современного массового производства**, а собрана по преимуществу из изделий «малой серии» и перспективных образцов, еще только планируемых к выпуску.



В. Муратов
Бокалы.
Цветной хрусталь.
Гусевский
хрустальный завод



В. Яснецов.
Чайный набор
«Виноград».
Фарфор.
Дулевский з-д.



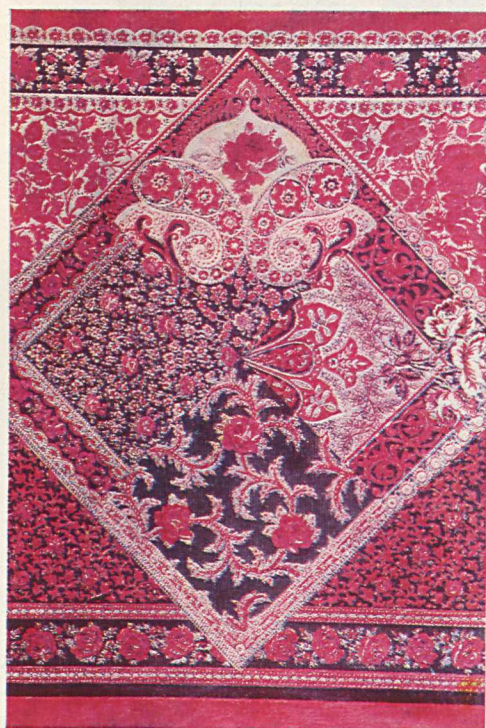
Кофейные чашки.
Костяной фарфор.
ДФЗ



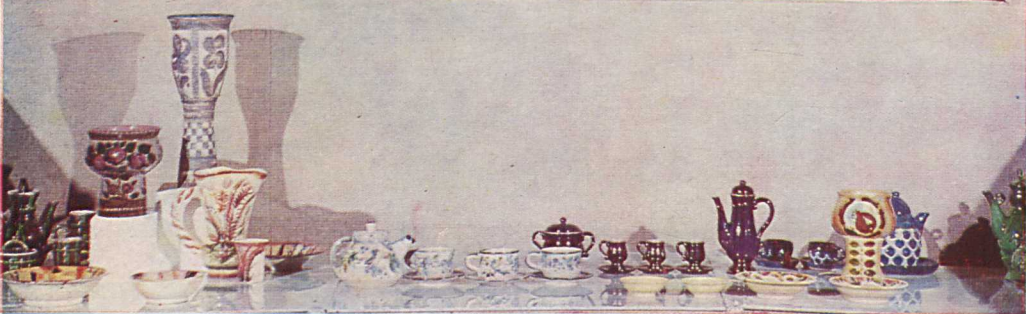
Л. Соколова
Гобелен «Встреча».
Шерсть, ручное
ткачество. МОХФ

Экспозиция
керамики.

М. Кобозева,
Е. Скворцова
Эскиз тканей
«Русские мотивы».
Бум., темпера



Для гигантских предприятий легкой промышленности и Министерства стройматериалов РСФСР эта выставка должна была стать показом в первую очередь тех изделий, которые вырабатываются исключительно механизированным способом, — прессованного стекла и хрусталя, выдувных изделий из простого стекла, предметов из фарфора и фаянса с механическими способами декорирования... Но как раз таких вещей на

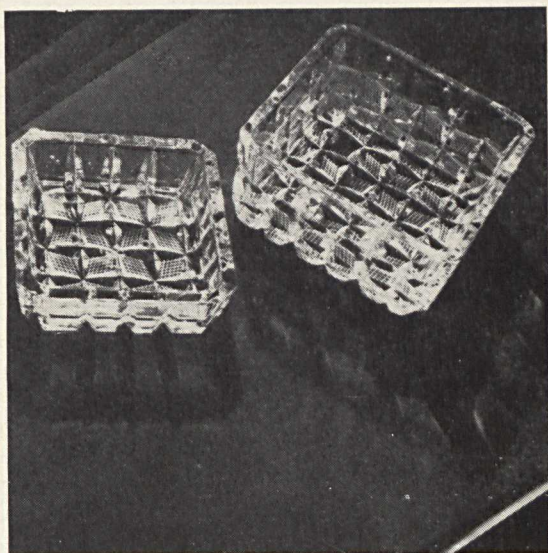




О. Козлова
Рюмки. Хрусталь.
Гусевский
хрустальный завод

Л. Юрген
Конфетницы
«Искристые».
Прессованный
хрусталь. ЛЗХС

Т. Кузнецова,
А. Левашова
Нарядное платье.
СХКБ



*

Понятие эстетического качества предмета у нас складывается почти исключительно с ориентировкой на ручное исполнение или ручную доработку. Мазок, штрих, пятно, удар, лепка — вот что в нашем предметном окружении становится в первую очередь основой «эффекта красоты». То есть такое решение, которое практически исключает подлинно массовый тираж — ведь в условиях нашей страны малосерийный выпуск может удовлетворить лишь незначительную часть покупателей, только десяти- или сотенный, а то и сотысячный тираж может считаться действительно массовым.

Таким образом, количественные задачи, стоящие перед советской промышленностью, действительно огромны, и только введение планируемых ныне мощностей даст возможность удовлетворить спрос на предметы быта, после чего во всем объеме и в масштабах всей промышленности встанет вопрос об эстетическом качестве. Казалось бы, парадокс: основные задачи, стоящие перед промышленностью, связаны с количественными показателями, а основные работы, которыми она славится, связаны с ручным трудом. Но парадокса тут

нет. В нашей промышленности замена одной предметной формы на другую, обновление типов предмета, расширение их ассортимента ведется медленно. Введение новых форм затрудняет выполнение плана — он строится на налаженном выпуске. Да в обновлении и нет прямой необходимости, ведь и чашку, тарелку, блюдо старой формы покупатель берет охотно. Зачем менять форму заварного фарфорового чайника, когда любой маленький чайник покупается нарасхват, когда их нет постоянно в продаже? При таком положении, естественно, усилия художников направляются в другую сторону. Декор становится основной их заботой, с его помощью достигается зрительное обновление формы.

Таково положение в фарфоровой, фаянсовой и стекольной промышленности. На заводском конвейере годами идут одни и те же формы, их массовый тираж декорируется механическим способом предельно простыми рисунками. Художники же создают новые прочтения старых, известных форм, в которых образная сущность связана в основном с характером декора. Так раскрывается функция ручной «доработки» массового тиража, так рождается «малая серия».

Можно остановиться на бесспорных достоинствах работ прославленных наших фарфористов — Леонова, Городецкого, Лепорской, Славиной, Криммера, Беспаловой-Михалевой, на росписях конаковцев — Коковихина, Солодкова, Шинкаренко, на работах талантливой молодежи — Олевской, Смирнова, Калиты, на произведениях многих наших прославленных стекольщиков. Но о значении уникальных и малосерийных работ говорилось уже немало: они составляют тот «звездный путь», по которому держит курс корабль нашей фарфоровой, фаянсовой, стекольной промышленности. Каков же груз самого корабля, с чем он медленно разворачивается вослед?

выставке — считанные единицы. В результате господствующее положение в экспозиции заняли те отрасли, которые по своему характеру связаны с малыми тиражами, с большой долей ручного труда — то есть предприятия местной промышленности, мастерские Художественного фонда РСФСР — они действительно показали реальную картину своего выпуска, существующие товарные ценности. А подлинно массовая продукция «большой» промышленности на выставке представлена скромнее и тоже в основном малотиражными, выполненными с применением ручного труда изделиями. Такая организация выставки, конечно, имеет свои причины.

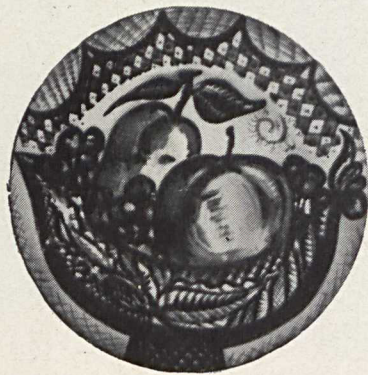
Откровенный показ промышленного выпуска сегодняшнего дня обнаружил бы большое количество предметов слабых по форме, устаревших, давно отставших от жизни, от развития эстетических представлений наших людей и их конкретных потребностей. Неожиданно выяснилось бы, что многое, что годами критикуется как нехудожественное или даже просто безвкусное,—существует, продолжает ежедневно размножаться... Выяснилось бы, что качество выделки — важнейший фактор в промышленном изделии! — от образца к массовому тиражу резко падает. Портится колер в стекле, странно хрупким становится фаянс, серым — фарфор.

То же относится к шелковым тканям — области приложения сил наших блистательных текстильщиков. Смотришь на образец, созданный Н. Жовтис или С. Заславской, и видишь, какие серьезные замыслы в нем заложены — тут и связь с модной колористической гаммой, и учет перспективных линий в женской одежде, и ассоциации с изобразительным искусством, связывающие такой камерный, динамичный, сугубо индивидуальный предмет, как платье, со всей стилистикой существующих форм, с обликом и образом современного интерьера. Затем (в одном случае из ста!) видишь эту ткань в продаже, она, наконец, тиражируется, и в мутном ее цвете едва узнаешь полюбившиеся черты... Нечего и говорить, что тираж должен соответствовать образцу один к одному, это вопрос чести предприятия. Годами связанные с определенным заводом, художники, работающие на производстве, настолько изучили и знают его возможности, что ощущают их как естественные условия своей задачи: комбинация этих условий для лучшего и нового решения и есть вопрос профессионального мастерства. Часто именно художникам принадлежит роль людей, обязывающих производство к определенному

усилию для улучшения качества своей продукции, нередко именно они предлагают новый технический прием. Художник — «беспокойный элемент» на производстве, но его усилиями постепенно создается лицо завода. Потерять художника — для завода значит выломать значительный кусок из живой жизни производства, обеднить его, и часто — на долгие годы. Примеры этому есть... Таково положение на сегодняшний день, но завтра оно примет еще более резкие очертания. Когда продукция заводов, выпускающих предметы для быта, перестанет быть дефицитной, когда рынок будет относиться к ней избирательно, вопрос художественного качества станет самым острым для политики в области промышленного производства. Именно художественное качество будет решающим при формировании и обновлении ассортимента, потому что от него будет зависеть сбыт, то есть финансовая жизнь предприятия. Это уже недалеко. И вот тогда истинная роль художника на заводе станет ясной для всех работников промышленности, от начальника главка до младшего технолога, от директора завода до рядового исполнителя. Собствен-

но, эта роль уже сейчас многим ясна, просто планирование, ориентированное пока не столько на качество, сколько на количество продукции, не всегда строится на предложениях художника.

*
Подчеркивая, что насыщение рынка необходимыми товарами лежит на пути индустриализации легкой промышленности и что художник должен сейчас обратиться к машине, к использованию ее «эстетических» возможностей, хочется еще раз заострить внимание на роли ручного труда в формировании бытового окружения человека. У нас в стране больше, чем где-либо, понятие красивого в быту связано с



Экспозиция
хохломынских изделий

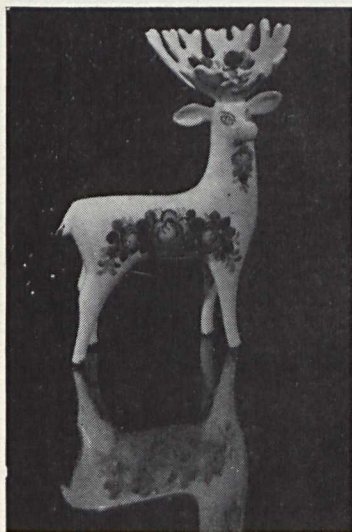
Л. и Д. Шушкановы
Сервиз
«Праздничный».
Хрусталь, дерево



понятием сделанного руками. Эта позиция общественного вкуса связана не только с тем, что недостаточно машинной продукции, которая могла бы конкурировать по художественному качеству с аналогичными предметами, выполненными вручную. Есть и более глубокие причины. Сейчас, когда уже никто не оспаривает красоту машинного изделия, особой выразительности нерукотворных форм, когда над этим работают и до-

В. Сергеев
«Олень».
Фаянсовый завод
им. М. И. Калинина

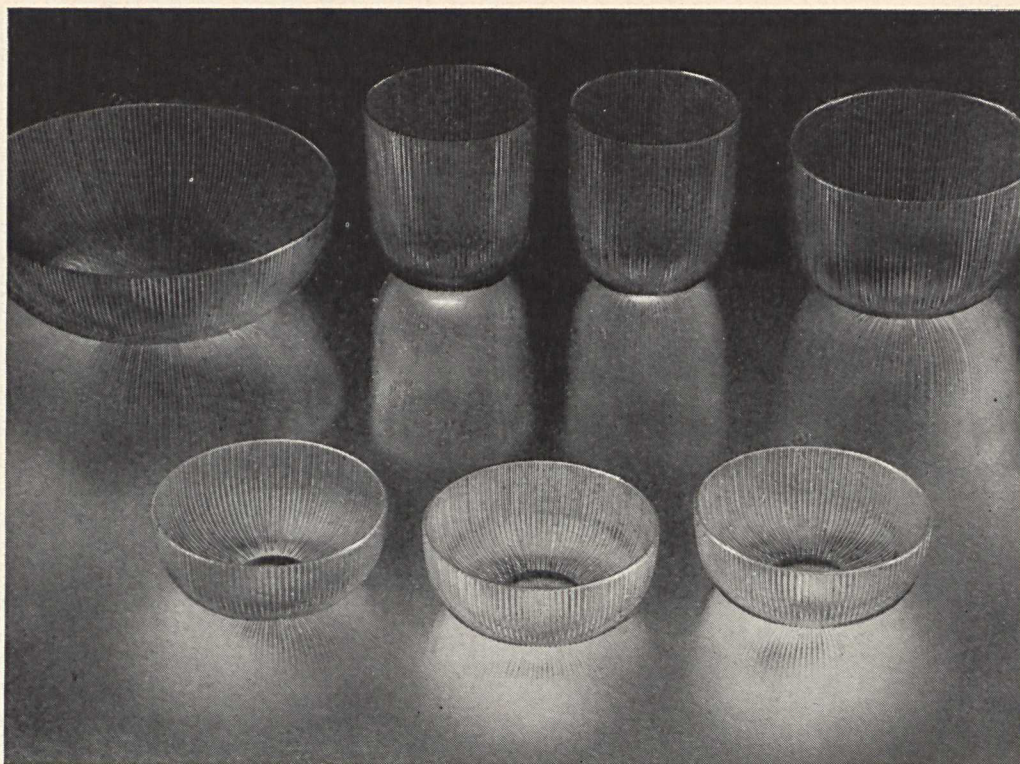
В. Шевченко
Набор рюмок
и бокалов.
Цветное стекло.
Дятьковский завод



Н. Теплова
Модель «Анюта».

Ткани с традиционными русскими узорами. Кохомский комбинат и фабрика «Трехгорная мануфактура»





В. Шевченко
Набор салатниц.
Модель для пресса.
Дятьковский завод



стигают немало, а в будущем достигнут еще большего, можно напомнить, что родство с искусствами и с природой осуществляется в первую очередь в рукотворном предмете или в предмете с видимыми чертами рукотворности.

Человеческое начало всегда будет доминировать в нашем предметном окружении, мы не утратили его в прошедшие десятилетия, мы не собираемся его терять теперь, когда отрицательные стороны механизации предметного мира уже дали о себе знать. Отлично понимая неизбежность максимальной типизации предметного окружения на основе развития и совершенствования стандартных, механически воспроизводимых форм, на основе развития техники, мы должны сохранить как ценнейшие свойства бытовой среды индивидуализацию, проявление личного начала, связь с живой творческой деятельностью, опору на имеющиеся и создающиеся художественные ценности — то, что так высоко ценится у нас в народе. Сумеет ли — покажет будущее.

*

Из всего сказанного естественно вытекает мысль: экспозиция выставок массовых видов изделий должна быть особой, выставка Российской Федерации только нащупывала первые шаги.

Крайне важно четко продумать и довести до визуальной ясности основную концепцию выставки, перед которой ведомственная принадлежность должна отступить в тень. Главное, чтобы на выставке была выявлена деловая субординация различных видов продукции. Каждое изделие,



представленное на выставку, должно иметь четкий паспорт, на котором были бы указаны не только автор и завод, но и дата создания образца, время и масштаб выпуска. В экспозиции может быть показано и произведение, выходящее за временные рамки выставки и даже взятое из музейной коллекции, если оно создаст определенную линию в художественном развитии предприятия, играет роль в создании его художественного лица. Но музейный экспонат не должен своим присутствием камуфлировать современное состояние дела.

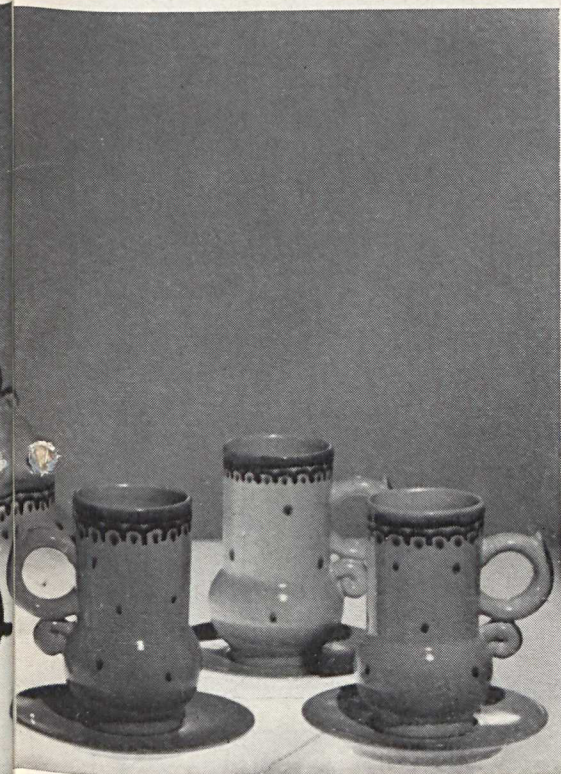
Внутри показа — заводами ли или целыми отраслями — массовый тираж должен быть отделен от рукотворной серии. Перед зрителем нужно раскрыть, с чем связано понятие массовости. Показывая иначе, мы создаем постоянный вопрос — «почему таких-то изделий мало», а главное, отучаем людей от простой бытовой вещи. Выставка должна быть ответом на все вопросы зрителей, характер ее этикетки должен быть развернутым, а небольшие киноплёнки могут показывать процесс работы над разными изделиями, сопровождать весь показ и давать ответ на естественные вопросы посетителя.



Будущие выставки промышленных изделий должны становиться все более деловыми, они должны все точнее отражать реальное положение вещей, подчеркивать идею искусства, таящуюся в каждой выпускаемой вещи, показывать предметы в их связях друг с другом, в ансамблях и комплексах.

Организаторы прошедшей выставки взяли на себя смелость быть первыми. Предстоящая Всесоюзная выставка массовых видов художественных изделий учтет ее опыт: летом 1974 года мы увидим достижения предприятий Российской Федерации в ряду работ заводов и мастерских всей нашей страны. К этому показу следует готовиться уже сегодня.

Н. Славина
Сервиз
«Поющие птицы».
Фарфор. ЛФЗ



Н. Петрачева
Комплект посуды.
Керамика. МОХФ



Ю. Гапиро.
Сервиз «Ландыш».
Фарфор.
Дмитровский завод

В. Мельник
Кофейный сервиз
«Голубой лиман».
Фаянс.
Краснодарский
завод «Чайка»

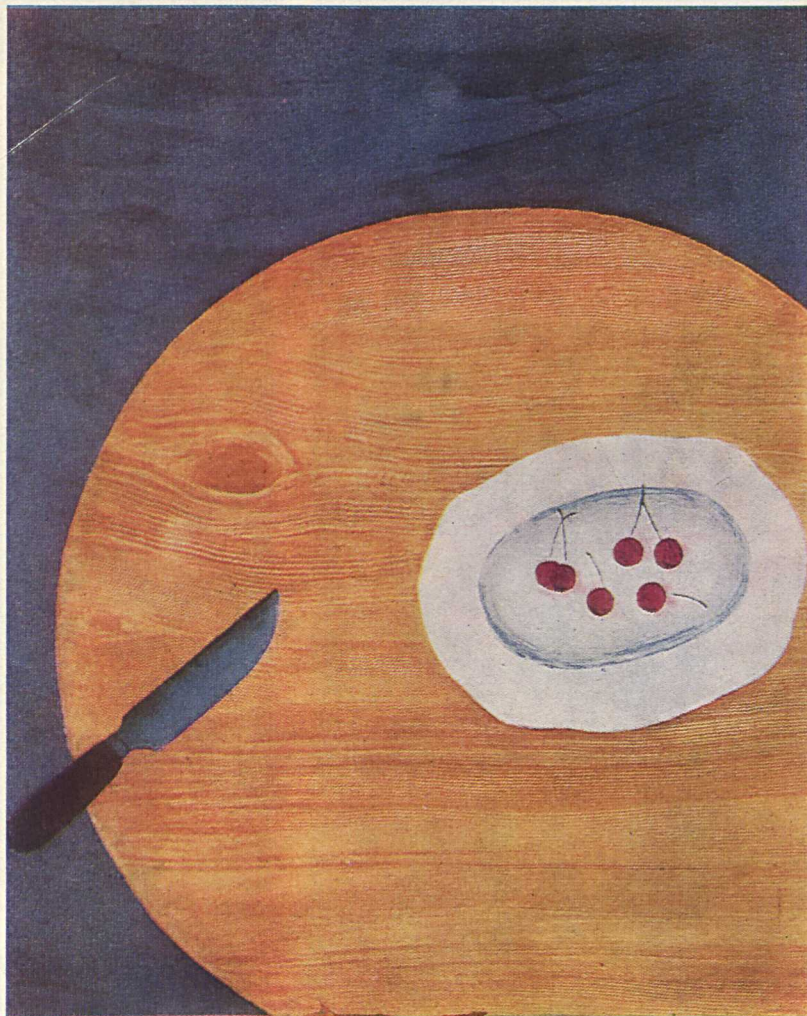
П. Смирнов
Сервиз «Родник».
Фарфор.
Дмитровский завод



С. Павлов
Натюрморт. 1927

Д. Штеренберг
Натюрморт
с вишнями.
1919

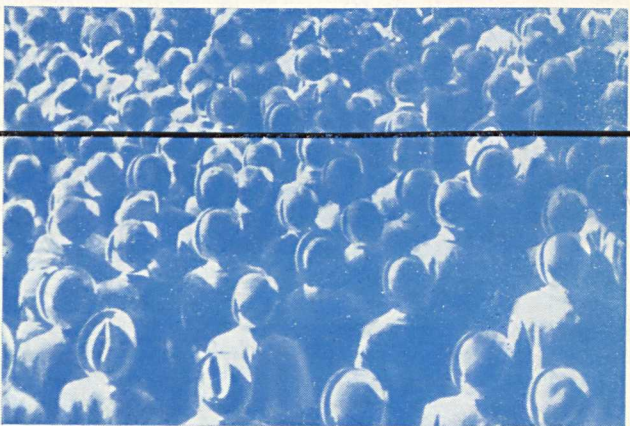
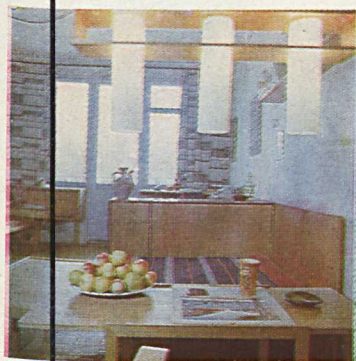
В. Лебедев
Натюрморт
с палитрой.
1919



Публикуя статью А. Рябушина, мы отвлекаемся от «производственного комплекса» материалов этого номера, и возвращаемся к проблеме, поднятой статьей Л. Переверзева — о месте вещи в человеческом мире и взаимоотношении человека и вещи, чтобы напомнить о главном: для художника-проектировщика производство — не самоцель, а средство создания предметного мира, внутри и посредством которого человек удовлетворяет свои материальные и духовные потребности.

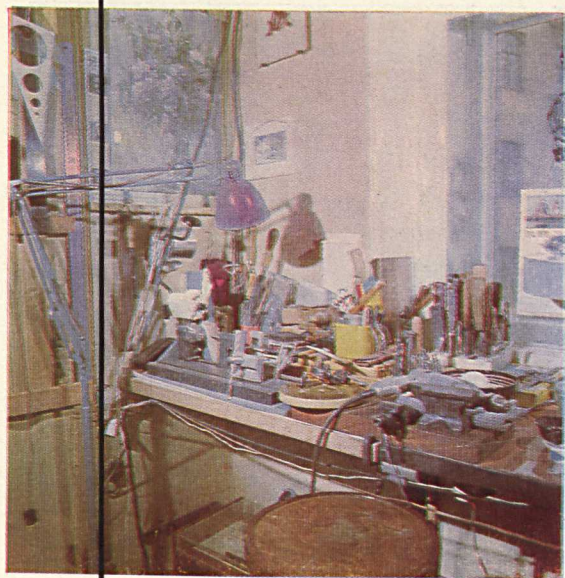
Среда — мера всех вещей

А. Рябушин



А. Рябушин
«Функциональное» решение
жилого интерьера

Вещи — добро они или зло? Вещь — техническое приспособление, но в то же время и спутник жизни, равноправный партнер со своим индивидуальным миром. Вещью не просто пользуются — вместе с нею живут. В этом нет преувеличения: целый жанр живописи — натюрморт уже столетия отражает наше гуманное отношение к вещи. Посмотрите, например, как оживлена вещь в натюрморте XX века, какое внимание, какое уважение к ней! Но в этом таится и угроза: становясь самоцелью, вещь перестает быть помощником, превращаясь из средства в цель, она «срабатывает» против человека. Заполняя полезное пространство, осложняя жизнь массой дополнительных хлопот, связанных с уходом за ними и хранением, вещи превращают комфорт в его противоположность. Все чаще не вещи служат человеку, а он обслуживает их, по существу, принадлежит им. Так что же есть вещи в современных условиях массового производства и потребления — слуги или хозяева, заставляющие работать на себя? Постепенно приходит осознание, что простое наращивание количества вещей дает чем дальше, тем все более отрицательный результат. Определяющим оказывается, как всегда, аспект качественный. Больше должно быть не любых вещей, а только **нужных**. Тех, которые будут действительно облегчать и украшать жизнь. Сегодня, пожалуй, каждый имеет претензии к своему жилищу. Но как бы разнообразны и индивидуальные



ни были жалобы, их можно свести к двум позициям: теснота и недостаточное благоустройство квартиры. Стихия неупорядоченности предметного мира неумолимо накладывает печать на наши жилища. Не объясняется ли все это отчасти избытком вещей необязательных, случайных, не согласованных друг с другом и с планировочными особенностями наших скромных по площади квартир? Почему все это происходит? Бытовые изделия у нас выпускаются разнообразными предприятиями, относящимися к разным ведомствам. Продукция множества слабо скоординированных предприятий вливается в жилища малоуправляемым потоком. Отсюда разнохарактерность

Б. Нешумов
«Непосредственное»
решение жилого
интерьера

изделий, их несогласованность, дублирование, разноречивость со всеми вытекающими последствиями.

К тому же деятельность промышленности в целом недостаточно скоординирована с массовым жилищным строительством. Проектирование промышленных изделий и проектирование архитектурное, разработка вещей для жилища и самого жилища ведутся сегодня без должной связи друг с другом. Намечены попытки урегулировать положение с помощью уточнения номенклатуры и ассортимента изделий, разработки межотраслевых стандартов для промышленности и строительства. Но, к сожалению, это не панацея от всех бед. Никакие манипуляции с самими предметными элементами — вещами — не могут принести полноценных результатов. Дело в конце концов не в отдельных вещах, а в отношении к окружающей среде в целом. Сегодня, в условиях массового производства и потребления, как никогда необходимо осознать жилую среду, которую формирует для себя человек, используя в совокупности продукты строительства и промышленности, как особое **предметно-пространственное единство**, целостный объект исследований и разработки. Согласованность строительной оболочки здания и наполняющих это здание вещей — непереносимое условие комфортабельности современного жилища. Нужно создать общую для архитектуры и дизайна стратегию развития жилой среды. Разумеется,

развиваемая нами концепция единства жилой среды.

Только осознав среду как особого рода целостность, все части которой взаимно обусловлены, художник может разрабатывать отдельные ее элементы, предусматривать их закономерные связи друг с другом и, в конечном итоге, — слияние всех составляющих в гармоничное единство. А это означает, что даже в рамках существующей разнородной структуры производства и строительства при должной организации науки и проектирования можно полноценно решать оперативные задачи текущей практики, выпуская не случайные разрозненные изделия, а именно то, что необходимо в свете стратегических проблем **организации целостной среды**.

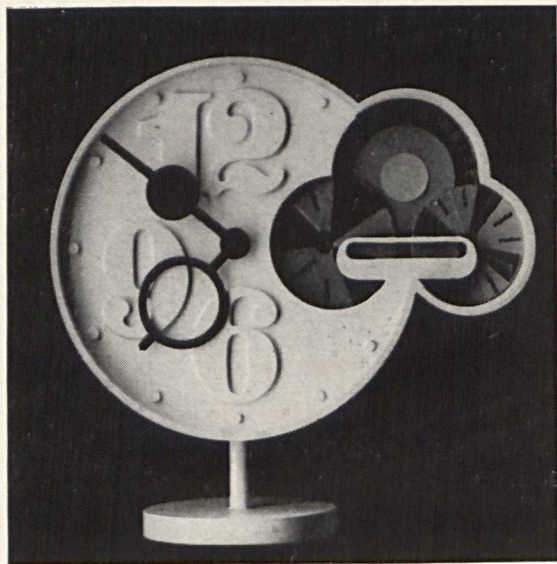
Среда во многом предопределяет способности человеческой деятельности, предметным телом которой она, по сути дела, является. Опираясь с металлом, бетоном, стеклом и пластиком, проектируя и производя дома и вещи, мы не имеем права забывать, что глубинной целью художественного архитектурно-дизайнерского творчества являются все же не дома и вещи, а та система отношений, которая осуществляется через их посредство и потребление. Отсюда высокая социальная ответственность исследований и проектирования жилой среды. Ее преобразование должно освобождать человека от иррациональной вещной зависимости, создавать простор для реализации творче-

или иначе, тем или иным способом личность накладывала отпечаток на функциональную структуру и формальные характеристики окружающей среды.

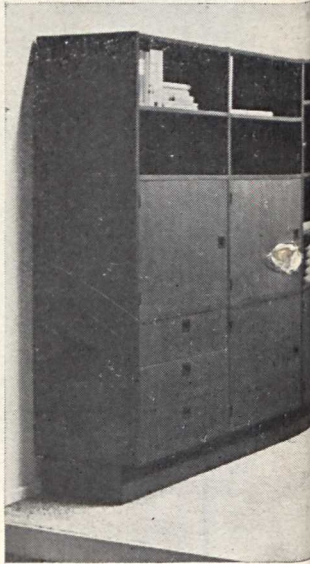
Теперь все изменилось. При массовом выпуске стандартизированной продукции предметно-пространственная среда неизбежно теряет личностную окраску, и творческий момент в процессе ее формирования грозит стать исчезающе малой величиной. Жилая среда становится все более анонимной.

Все это вносит определенную лепту в общий процесс многостороннего отчуждения. И в этом контексте подчеркнутая «незаданность», эластичность, потенциальная многовариантность среды — активное средство развязывания творческих возможностей человека и преодоления еще одного барьера отчуждения. Вариативность и динамизм среды — непереносимые ее свойства, вытекающие из специфических тенденций формирования многогранной творческой личности человека будущего. Наша обязанность — исследовать среду в развитии. Рассмотрев возможные ближайшие и отдаленные тенденции развития, мы сможем сознательно выбрать предпочтительные варианты, соотносясь с нашими социальными идеалами. Прогностические исследования будущего состояния среды дают надежные ориентиры для текущей практики и вооружают научно обоснованными и социально мотивированными критериями всех, кто прямо или косвенно связан с производством и проектированием предметов быта и жилища — и уполномоченных принимать решения стратегические, и различного профиля художников-проектировщиков, и просто жильцов, которые становятся как бы соавторами архитекторов, художников, дизайнеров, «достраивая» свои жилища в процессе эксплуатации.

Следует напомнить еще об одном аспекте проблемы: темпы производства вещей и строительства жилищ различны и расходятся со временем



В. Паперный
Часы с календарем.
Пример
нетрадиционного
многозначного
решения



Жилой интерьер
«переходного» характера.
Использованы
стандартные
элементы
оборудования

это предполагает самое тесное взаимодействие этих родственных областей творческой деятельности, пока еще развивающихся у нас порознь. Но в качестве основания их сотрудничества должно выступить **искусство**. Осмыслить среду поистине целостно, как особого рода единство, можно лишь в сфере **художественного сознания**. Здесь с искусством не может конкурировать никакая иная область человеческой деятельности. В самой его природе заложены потенции тотально-интегративного подхода к действительности. В европейской культуре существует фундаментальная традиция поиска универсального синтеза жизни через искусство, в русле которой находится и

ских устремлений личности. Следует подчеркнуть, что теперь и в будущем возможность самовыражения в быту намного важнее, чем прежде. Эпоха индустриального производства и массового потребления повлекла за собой специфические формы отчуждения человека, в том числе связанные с особенностями формирования стандартизированного предметно-пространственного окружения. Раньше формирование собственной среды было непосредственно личным делом и среда становилась интимным миром личности. Если даже человек и не собственными руками делал окружающие его предметы, то обязательно проявлял личностное отношение к ним как заказчик, образ жизни которого, особенности мировосприятия, вкус во многом предопределяли результаты предметного творчества (вспомним из истории искусств, как много зависело от заказчиков в становлении и развитии того или иного стиля, даже большого!). Так

все больше. Об этом красноречиво говорит статистика. Если количество вещей будет расти по восходящей кривой, то размеры жилищ будут увеличиваться по кривой падающей. Традиционное жилище окажется буквально взорванным наплывом вещей, и даже самые высокие нормы жилой площади здесь не помогут. Это обстоятельство, уже осознанное специалистами, властно требует пересмотра существующих структурных принципов организации жилища. Один из новых принципов — многовариантное использование ограниченного жилого пространства. Как на игровой сценической площадке, в квартире по мере надобности попеременно будут разворачиваться опре-

деленные предметные ансамбли для разных жизненных процессов.

Чтобы пояснить мысль, уместно вспомнить музыкальный автомат, компактно складированные пластинки в котором попеременно (в любой заданной последовательности) подаются на диск проигрывателя. Что-то подобное будет происходить, видимо, и в жилище. Предметный состав различных функциональных зон — от дыхания, принятия пищи, домашней работы — будет попеременно «подаваться» и затем, при смене потребностей, «убираться» из жилого пространства.

Идея «динамичного жилища» пока недостаточно изучена, но безусловно, что многофункциональное, трансформирующееся, «исчезающее» оборудование получит в жилище все большее развитие. Ясно также, что в этом деле решающую роль должны сыграть наука и техника, а также художественное осмысление этого нового направления.

Трансформации в жилище еще не завоевали популярности. Ошибочно утверждать, однако, что они нужны лишь по бедности. Наоборот, это результат нарастающего богатства и многообразия наших жизненных условий. Усложнение и расширение функций жилища, возросшая мобильность современного урбанизированного общества — все это принципиально не укладывается в рамки традиционной статичной модели жилища. Жилая среда, «пульсирующая» в пространстве и времени, в значительно большей степени, чем существующая, будет соответствовать динамичным запросам и структуре личности эпохи научно-технической революции. Итак, жилая среда как целостный объект исследований и художественной разработки. Это предполагает коренное переосмысление подхода к проектированию предметного окру-

жений, вещей как таковых, то они для японца не более, как составная часть подобающим образом аранжированной ситуации, того или иного ритуала, и «вводятся в действие» лишь в нужный момент и на нужный срок. Отсюда особая «пустота» и пространственная вариантность японского дома, специфическая эластичность его предметной среды.

Предлагаемая переориентация художественного сознания с самоценности единичной вещи на целостность среды раскроет совершенно новые горизонты творчества. И мы окажемся перед необходимостью так скорректировать существующие формы организации науки и проектирования, чтобы штучной разработке отдельных вещей обязательно предшествовало особое рода интегральное проектирование, разработка обобщенных, пользуясь термином В. Глазычева, проектов-программ среды в целом и ее крупных фрагментов. Разумеется, не может быть единой и навечно разработана некая идеальная модель, стабильный проект гармоничной среды, к которому всякий раз и всегда будет «примиряться» художник, разрабатывая отдельно взятую вещь. Такое понимание следует считать, мягко говоря, упрощенным и потому неверным. Найденности навсегда быть не может. Жизнь, а с ней и наши представления непрерывно движутся. И проектирование среды есть нескончаемый процесс корректировки и преодоления существовавших ранее моделей.

Интегральное проектирование сре-

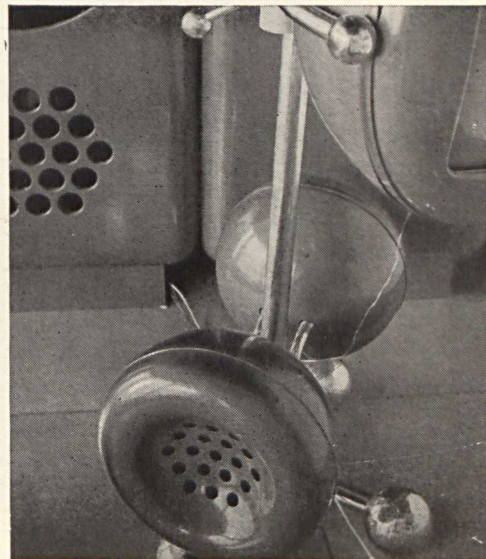
этих проектов с точки зрения общественного идеала, но и устремляется дальше — в сферу проектирования самих идеалов развития общества, новых потребительских ценностей и культурных норм. Именно поэтому столь важно определить связи этой новой деятельности, с одной стороны, с социальным проектированием, а с другой — с традиционным проектированием «вещей».

Не затрагивая сейчас мер по осуществлению этой идеи, мы призываем осознать главное: для кардинального упорядочения предметного мира необходим особый вид деятельности. При этом не столь уж важно, на наш взгляд, назвать ли эту новую интегрирующую деятельность художественным проектированием в отличие от художественного конструирования, либо еще как-нибудь. Важно понимать, что эта особая деятельность охватывает среду в целом и должна находиться на стыке не только архитектуры и дизайна, но и мировоззренческих, общественных наук и обязательно искусства, которое лишь одно в состоянии поистине целостно охватить все грани нашего бытия.

Интегральное проектирование среды — не ограничит ли оно свободы самопроявления личности? И не войдет ли в противоречие с гуманистическими основами жизни всеобщая технизация жилища? Отнюдь. Интегральное проектирование поможет вырвать человека из плена вещей, а



Е. Богданов,
В. Паперный,
В. Резвин,
А. Рябушин,
А. Сергеев.
Домашняя
информационная
машина-агрегат.
Фрагмент



жения. Исходя из его целостного художественного осмысления, в общественном сознании должна измениться сама схема формирования предметной среды. Традиционная цепочка «человек—вещь—среда» (как сумма разнородных вещей) должна быть заменена цепочкой «человек — среда—вещь», где вещи являются производными от предварительно осмысленной целостности среды.

В том, что такое понимание вещи возможно, убеждает, в частности, многовековой опыт японской культуры. В глубинах древних религиозно-философских концепций коренится типичный для японцев взгляд на повседневность как совокупность чередующихся ситуаций, каждая из которых формируется особым поведением людей в подобающем предметно-пространственном окружении. Что касается эле-

ментов предметного окружения, вещей как таковых, то они для японца не более, как составная часть подобающим образом аранжированной ситуации, того или иного ритуала, и «вводятся в действие» лишь в нужный момент и на нужный срок. Отсюда особая «пустота» и пространственная вариантность японского дома, специфическая эластичность его предметной среды.

Предлагаемая переориентация художественного сознания с самоценности единичной вещи на целостность среды раскроет совершенно новые горизонты творчества. И мы окажемся перед необходимостью так скорректировать существующие формы организации науки и проектирования, чтобы штучной разработке отдельных вещей обязательно предшествовало особое рода интегральное проектирование, разработка обобщенных, пользуясь термином В. Глазычева, проектов-программ среды в целом и ее крупных фрагментов. Разумеется, не может быть единой и навечно разработана некая идеальная модель, стабильный проект гармоничной среды, к которому всякий раз и всегда будет «примиряться» художник, разрабатывая отдельно взятую вещь. Такое понимание следует считать, мягко говоря, упрощенным и потому неверным. Найденности навсегда быть не может. Жизнь, а с ней и наши представления непрерывно движутся. И проектирование среды есть нескончаемый процесс корректировки и преодоления существовавших ранее моделей.

Интегральное проектирование сре-

технизация освободит его от многих элементарных забот о собственном существовании, высвободит энергию для подлинно человеческой, творческой деятельности. Сама по себе завтрашняя техника обеспечит неизмеримо более широкий, нежели сегодняшние вещи, диапазон эффектов, дающих пищу человеческим эмоциям. Целостно организованная, гибкая, динамичная технизированная среда раскроет широкие горизонты самопроявления и самоутверждения личности в преобразовании своего предметно-пространственного окружения. Жилая среда будущего — вместе с действующим в ней человеком — превратится в динамическое единство, живую ткань меняющихся жизненных ситуаций.

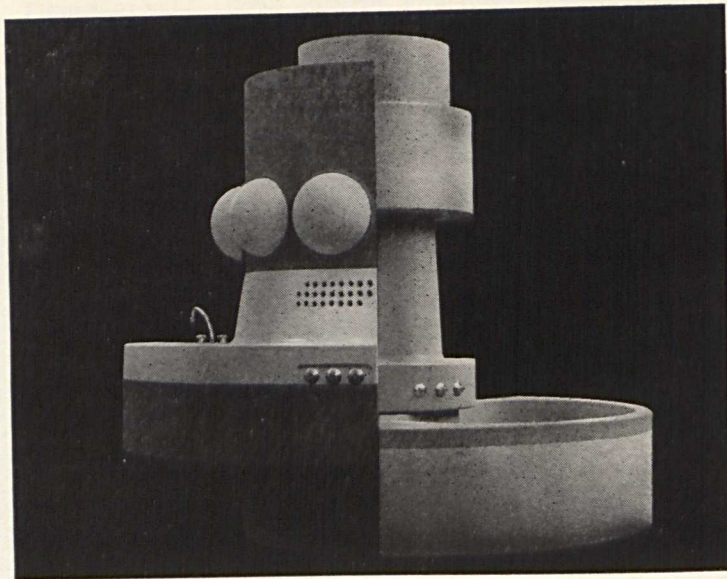
Возникнет новое поле особой творческой деятельности — в собственном жилище. Причем это творчество не ограничится формальным манипулированием предметными элементами. Преобразование среды человек будет проводить в соответствии и в процессе преобразования самих жизненных процессов. Именно этим путем искусство сможет возвыситься до творчества самой жизни, ее созидания и преобразования.

В повседневной практической деятельности, в том числе и художественной, особенно связанной с производством, промышленностью, нас со всех сторон обступают бесчисленные «как». Как, каким образом сделать что-либо дешевле, быстрее, проще, эффективней, красивей. Перед нами оказываются друг на друга требовательными, агрессивными «как» ступенчатая, простенькая, скромная «что». А в нем-то и заключен глубинный человеческий смысл всякой деятельности. Не **как** сделать, а прежде всего **что**, а уж затем — каким образом это «что» сделать. И хотя «что» и «как» взаимообусловлены и где-то неуловимо перетекают друг в друга,

все же именно цель — первый определитель в этой диалектической паре, и только потом — как бы по второму кругу — идет корректировка целей в зависимости от наличных средств.

Но монблан «как» заслоняет собой и диалектику взаимодействия целей и средств. В погоне за прагматическим знанием мы все чаще утрачиваем истинное понимание происходящего вокруг. Отступаясь от подлинно творческого, целенаправленного действия в пользу механического репродуцирования по извне заданным меркам и шаблонам во имя внешних отчужденных целей, мы утрачиваем единство бытия, подлинно человеческий мир, теряем себя в этом мире, а в себе — истинно человеческое, творческое. Мы должны, мы обязаны — в этом-то и состоит смысл коммунистического преобразования действительности — обрести полноту и целостность восприятия бытия. И осознание окружающей предметной среды как внутренне обусловленного художественного единства — неприменный этап к обретению человеком своей подлинности.

Т. Шолохова
«Мобилар».
Пример объединения
инженерного оборудования
перспективного жилища



Специфика экономики художественных промыслов

В. Ковригина

От редакции:

В наш век стремительного научно-технического прогресса развитие народных художественных производств, основанных на ручном творческом труде, приобретает большое значение.

С точки зрения экономики речь идет о сосуществовании специфических мелких предприятий, выпускающих художественные изделия небольшими тиражами или в виде уникальных единичных экземпляров, и предприятий гигантов — КамаЗа, комплекса Красноярской ГЭС и т. п. С точки зрения культуры — о сохранении и развитии народных национальных традиций. Чтобы сочетать экономику и искусство в художественных промыслах, нужны специфические условия для их существования.

Однако, как известно, большинство промыслов, кроме нескольких, находятся под «опекой» разных отраслей промышленности, и на них распространены все те же условия организации, планирования и реализации продукции, что и на основные производства. От этого возникают определенные трудности не только в самом производстве художественных изделий, в работе над ассортиментом, художественным качеством и т. д. Падение ассортимента вызывает тревогу широкой общественности, о чем свидетельствуют прошедшие в 1970—1972 гг. дискуссии и обсуждения в газетах «Советская культура», «Советская Россия», «Социалистическая индустрия», «Литературная газета» и в нашем журнале.

В ходе этих обсуждений были поставлены вопросы о смысле деятельности народных художественных промыслов, о гибкости планирования, методах организации производства и управления отраслью, о торговле, подготовке кадров и другие. Однако практически большинство высказанных предложений пока не реализовано. Очень медленно внедряются в практику планирования даже и те положения, которые позволяют учитывать особенности развития и специфику выпуска изделий народными художественными производствами.

Выставка массовых видов художественных изделий (июль—август 1973 года, Центральный выставочный зал) еще раз показала, что экспонируемые изделия значительно отличаются от массовых, выпускаемых предприятиями соответствующих министерств Российской Федерации и что мастера промыслов превосходно владеют искусством создания вещей и для выставок делают прекрасные произведения. Решение задачи состоит в том, чтобы и массовые изделия были такими же и по художественному качеству, и по ассортименту.

У промыслов много сопутствующих предприятий, которые не имеют прямого отношения к народному художественному производству. Все это объяснимо с точки зрения жестких экономических условий. Погоня за количеством привела к тому, что возникло много сувенирных производств, выпускающих изделия, стилизованные «по мотивам» народного искусства или дублирующие (в плохих вариантах) производство известных исторически сложившихся центров. Например, хохломские изделия пользуются огромным спросом. Но на рынке их практически нет: на местах — в Семенове, Семине — не строят ни производственных помещений, ни жилья для мастеров и художников, поэтому не удивительно, что хохломское производство стало развиваться в Липец-

ке, Воронеже, Кемерове, Курске...

Эти же условия привели к замене в производстве некоторых материалов (кость и жемчуг — пластмассой), то есть к потере качества и непомерному развитию всяческих подделок.

Редакция «ДИ СССР» считает необходимым продолжить публикацию материалов, касающихся проблем развития народных художественных промыслов, и прежде всего экономических.

В 1971—72 гг. журнал «ДИ СССР» провел анкету, которая помогла отразить различные аспекты деятельности предприятий, объединений и специализированных управлений, относящихся к министерствам местной промышленности союзных республик. В ответах на анкету почти все ее участники заявляли, что существующая экономическая система не решает вопросов возрождения и развития народных художественных промыслов (директор объединения «Солани» Грузинской ССР), не обладает необходимым гибкостью (начальник Главного управления народных художественных промыслов Узбекской ССР), требует перемен (главный художник Федоскинской фабрики миниатюрной живописи). Все эти заявления, сделанные непосредственно руководителями производств, выпускающих художественные изделия, не могут не вызывать тревогу. На серьезные недостатки в планировании производства и прибыли указывал и заместитель министра местной промышленности РСФСР С. Леонтьев (газета «Социалистическая индустрия» от 30 сентября 1972 года).

Все эти высказывания справедливы, но выглядят в анкетах лаконично и не раскрывают существа экономических процессов, происходящих в художественной промышленности. Поэтому целесообразно несколько подробнее остановиться на основных экономических условиях развития народных художественных промыслов.

Планирование на предприятиях народных художественных промыслов происходит, как и во всей промышленности, по системе показателей, с одной стороны, определяющих объемы производства с учетом реализации товаров, фонда заработной платы, а с другой — обеспечивающих эффективность работы производства (прибыль, рентабельность, производительность труда). Эти показатели являются основными для оценки работы предприятия и образования экономических фондов для его развития, материального стимулирования работающих и социально-культурных мероприятий. Если большинство этих

показателей и может быть применено к планированию народных художественных промыслов, то требования к ним должны быть иные, чем в «большой» промышленности.

Совет Министров СССР принял специальное постановление № 628 от 14 августа 1968 г. «О мерах по дальнейшему развитию народных художественных промыслов». Были созданы дополнительные условия, обеспечивающие планирование фонда заработной платы производственному персоналу в зависимости от трудоемкости, введены должности художников-руководителей и др. Все это дало некоторые преимущества для развития художественных производств. Однако проблемы экономического развития, и, в частности, планирования и экономического стимулирования, остались до сих пор почти без изменения.

Возникает вопрос, возможно ли в условиях сложившегося обычного промышленного планирования создать такие условия труда, которые позволили бы и сохранять творческие формы работы и обеспечивать выполнение основных показателей (по объемам, качеству изделий и эффективности предприятия). Для ответа рассмотрим наиболее существенные экономические факторы.

Планирование производства исходит из масштабов предприятия, численности работающих, материально-технической базы и капитальных затрат. Этим в основном определяются темпы роста выпуска продукции на предприятии. Темпы роста народных художественных промыслов за истекшие годы текущего пятилетия были высокими в сравнении с промышленностью вообще и с отраслями относящимися к местной промышленности, в частности; если в прошлом пятилетии темпы роста местной промышленности достигали 170%, то в отрасли народных художественных промыслов — 210%; хотя они в текущем пятилетии несколько снизились, однако тенденция возрастания их сохранилась. Частично такие темпы роста могут быть объяснены тем, что на месте старых артелей возникли новые промышленные предприятия — фабрики, более обеспеченные материальными ресурсами, с более совершенной организацией производства и труда. На предприятиях народных промыслов были механизированы многие ручные и трудоемкие вспомогательные процессы. Несмотря на это все же численность рабочих, занятых на подготовительных операциях, составляет от 5 до 30% от общего числа рабочих,

в зависимости от специфики художественного производства. Так, на предприятиях лаковой миниатюры на долю занятых на вспомогательных работах приходится 5%, а в производствах, выпускающих изделия из ткани с росписью и строчевышитые изделия, — до 30%.

Поскольку механизация производств касается в основном только вспомогательных или подсобных операций, то независимо от доли числа работающих на машинах объем производства не увеличивается, так как главная производственная операция проводится вручную. Сошлемся на выпуск изделий лаковой миниатюры, художественной керамики, ручного ткачества и ковроткачества, ювелирного производства и т. д. Что же касается таких производств, как строчевышивка или изделий из тканей с росписью, то высокая механизация, по существу, только отделяет эти предприятия от художественных производств, обеспечивая выпуск в основном обычной промышленной продукции.

Таким образом, увеличение выпуска продукции не зависит от доли занятых на вспомогательных механизированных процессах и связано с количеством работающих по художественной отделке изделий. Однако численность мастеров-художников в основном стабильна; при сопоставлении фактической численности с планируемыми показателями мы видим, что предприятиям не хватает работающих этой категории. Сошлемся, к примеру, на такие предприятия, как Ростовское объединение «Дон», московская фабрика «Художественная вышивка», специализированное Ивановское управление народных художественных промыслов и т. д., на которых численность рабочих меньше, чем предусматривалась плановыми показателями.

Таким образом, **увеличение выпуска продукции за счет численности работающих имеет также ограниченные возможности.** В обычной промышленности прирост продукции планируется **за счет роста производительности труда.** На предприятиях с преимущественным ручным трудом рост выработки продукции на одного рабочего может увеличиваться за счет использования более дорогих сырья и материалов (металлов, тканей, пряжи и т. д.). Особенно это проявляется на предприятиях, занятых обработкой текстиля, на производствах строчевышивальных, ткацких, росписи тканей, художественного вязания, а также в ювелирной промышленности.

Такое увеличение доли материальных затрат в себестоимости выпускаемых изделий (при высоком их качестве) может быть вполне оправдано и экономически закономерно. Однако, если проследить одновременно затраты труда на изготовление та-

ких изделий, то они снижаются, уменьшается доля стоимости обработки, например, в текстильных отраслях, резко сокращается трудоемкость работ на ювелирных производствах, на предприятиях художественной обработки дерева, керамических и др.

Так, в ручной строчевышивке в последние три года доля затрат на заработную плату сократилась на 30% (Мстерская строчевышивальная фабрика им. Крупской, Кировская фабрика им. 8 марта и др.), на керамических предприятиях — более чем на 50% (производственное объединение «Гжель», Спасский завод художественной керамики и др.).

Экономически это приводит к тому, что предприятия, занятые обработкой текстиля, заинтересованы в использовании **только дорогих тканей и выпуске емких по метражу изделий** (простыни, пододеяльники). Так появилась большая группа предприятий, специализирующихся на изготовлении дорогостоящих шерстяных платьев и постельного белья. К сожалению, редкими стали фабрики, где строчевышитые изделия украшают сложной вышивкой и т. п. На ювелирных промыслах преобладающими становятся более тяжелые изделия.

Чтобы обеспечить рост производительности труда, на многих предприятиях народных художественных промыслов увеличили выпуск массовых изделий, что также экономит трудовые затраты и ускоряет процесс производства. Это способствует повышению выработки продукции на каждого рабочего, но приводит к систематическому, повторяющемуся из года в год сокращению выпуска высокохудожественных изделий, преобладающими становятся массовые, однотипные.

Так, выработка на одного работающего на Мстерской фабрике «Пролетарское искусство» возросла за три года текущего пятилетия на 16%. Не удивительно поэтому, что на этой фабрике более 90% продукции выпускается большими сериями.

Выпуск известных изделий с хохломской росписью достиг в 1972 г. более 3,5 млн. штук со средней ценой 73 коп. Значительно более мелкие производства миниатюрной живописи на папье-маше выпускают изделия тиражом более 120 тыс. экземпляров со средней ценой 4,9 руб. Миллионными тиражами выпускаются строчевышитые и керамические изделия, что приводит к общему обеднению качества массовой продукции. На ряде предприятий для повышения производительности труда нередко разделяют процессы на мелкие операции, по существу ничего общего не имеющие с характером творческого мастерства, снижающие его уровень, ликвидирующие индивидуальное начало в художественной обработке изделия.

Механизация оказывает на рост производительности труда довольно ограниченное влияние, поскольку она используется главным образом на вспомогательных операциях, где занято небольшое количество рабочих. Исключение составляют фабрики строчевышивки, где установлены и используются по типу промышленности не только машины, приспособленные для вышивки, но и полуавтоматы, выпускающие изделия, очень далекие от художественных. В остальных же видах производства художественных изделий влияние механизации на рост производительности труда в основных процессах незначительно или вовсе отсутствует. В результате этого получается, что на каждый рубль фондов мы имеем выпуск продукции: на строчевышивальных фабриках — на сумму 20 руб., на кружевных производствах — на 12—15 руб., на фабриках лаковой миниатюры — на 4—6 руб. и т. д. Еще большая эффективность фондоотдачи достигается при работе с надомниками. **Особенно отрицательно показатель роста производительности труда в условиях ручного художественного производства действует на качество выпускаемых изделий.**

Несмотря на то, что показатель производительности труда при изготовлении художественных изделий ни для планирования темпов роста объемов продукции, ни тем более для оценки экономической эффективности неприемлем, он применяется до сих пор.

Все особенности действия показателя производительности труда в художественном производстве были очевидны, но расчеты объемов девятого пятилетнего плана проводились с учетом этого показателя. Только в текущем году Госплан СССР решил освободить предприятия народных художественных промыслов от заданий по росту производительности труда. Однако корректировка плановых заданий по годам пятилетия в соответствии с изменением в планировании не предусматривается. Да и сама отмена показателя производительности труда почти формальна, потому что остаются все другие показатели, с ним связанные, например, фонд заработной платы.

Таким образом, увеличение выпуска художественных изделий указанными темпами ведет к ликвидации главной функциональной задачи и смысла существования народных художественных промыслов — сохранить ручной творческий труд в изделиях традиционного народного искусства, выполняющих культурно-эстетическую задачу, и быть дополнением к общей массе товаров широкого потребления.

Казалось бы, вполне естественно ввести четкую специализацию производств на выпуске художественных

изделий. Однако предприятиям народных художественных промыслов наряду с основным ассортиментом изделий обязательно планируют так называемый «свободный вал». Как правило, продукция «свободного вала» имеет ряд преимуществ перед художественными изделиями, так как она менее трудоемка, не требует дефицитного сырья и более прибыльна. Это приводит к тому, что руководители предприятий начинают отдавать предпочтение выпуску непрофильных изделий: например, швейных — на строчевышивальных фабриках, тары или мебели — на предприятиях по художественной обработке дерева, галантереи — на производствах художественной обработки металлов или костерезных и т. д. В местной промышленности, особенно на предприятиях районного масштаба, совмещаются самые различные виды изделий. Примеры в большом количестве приведены в заключительной статье по анкете «ДИ СССР» (1972, № 7).

Предприятия народных художественных промыслов имеют двойное подчинение: местным и центральным плановым органам, на них поэтому распространяются и местные задания по обеспечению бытовых услуг: индивидуальный пошив, выпуск вязаных заказных изделий и др. Например, строчевышивальные фабрики Ивановской области из года в год получают задания по выполнению бытовых услуг (при этом никто не учитывает производственных возможностей фабрик — наличие помещений для приема заказов, производственной площади, сырья и др.).

Таким образом, рассмотренные факторы показывают, что планирование объемов продукции художественных промыслов ведется без учета специфической особенности организации их производства. Трудности экономического развития народных художественных промыслов связаны еще и с тем, что эффективность их оценивается по прибыли.

В какой же мере обычные промышленные условия предоставляют производству высокохудожественных изделий возможность обеспечивать эффективность, то есть получать прибыль и иметь творческие условия труда?

Заметим, что прибыль так же, как и другие экономические показатели, для предприятий художественных промыслов устанавливается по методологии общей с промышленностью. Однако особенности развития художественных производств требуют расширения ассортимента изделий, их варьирования и т. п. Кроме того, они должны выпускать уникальные, малосерийные и выставочные образцы. Все это связано с необходимостью дополнительных затрат творческого труда и времени на внедрение новых образцов в производство.

Учитывая небольшие размеры предприятий художественных промыслов, следует иметь в виду, что эти особенности вызывают необходимость ежегодного пересмотра показателей эффективности производства, таких, как прибыль и рентабельность. Определенная гибкость планирования — это необходимый элемент совершенствования планирования в целом по промышленности, но особенно он важен в данном случае. В целом в промышленности действует принцип планирования от достигнутого («по базе»). Он обязывает обеспечить достигнутый уровень прошлого года и, кроме того, требует увеличения прибыли и повышения уровня рентабельности. Более того, прибыль планируется в отрыве от основного показателя — реализации.

Как же быть предприятиям народных художественных промыслов, если ассортимент обновился и на его выполнение потребовалось большее количество часов труда, изменились затраты на материалы, а прибыль не только не обеспечивает прирост, а нередко, наоборот, ниже «достигнутого уровня»?

Плохо ли это? Видимо, плохо, потому что коллектив лишен фондов материального стимулирования. Обязательства, принятые коллективом, не выполнены, а работа его оценена как неудовлетворительная. Если же посмотреть с позиций специфики народного художественного производства, то увидим, что здесь созданы новые образцы, которые введены в производство, мастера-художники отмечены наградами, музеи пополнились новыми экспонатами, а прилавки магазинов — лучшими изделиями художественных промыслов.

Можно сослаться на пример фабрик Ивановского специализированного управления, на которых прибыль как показатель эффективности подвержена резким колебаниям. Так, Шуйской строчевышивальной фабрике Ивановского управления художественных промыслов в 1971 году по плану рост объема реализованной продукции был предусмотрен на 9%, а прибыли — на 26%. Однако в результате ассортиментных сдвигов план по прибыли был выполнен на 78,9%, что составило лишь 74% к прошлому году. Таким образом, и этот показатель планирования оказывает отрицательное влияние на развитие творческих условий работы, не стимулирует обновление ассортимента художественных изделий. Аналогичное воздействие на развитие отраслей народных художественных промыслов оказывает методика установления себестоимости. Предусматривается ежегодное снижение затраты на 1 руб. товарной продукции. Это требует постоянного обеспечения роста производительности труда, сокращения трудовых затрат за счет механизации, совершенство-

вания организации производства и других мероприятий, содействующих режиму экономии и повышающих эффективность производства.

На предприятиях художественных промыслов уменьшение затрат на производство осуществляется лишь за счет **снижения** трудоемкости путем **упрощения** художественных изделий, **ужесточения** норм выработки, **сокращения** обслуживающего персонала и др. Снижение затрат на единицу изделия тормозит развитие конструкторских работ, **прогрессивного метода планирования** фонда заработной платы и других условий, способствующих повышению художественного качества.

Даже из рассмотренных показателей экономики этой отрасли видно, что для нее необходим другой, специфический подход. Сейчас уже ни у кого нет сомнения в том, что создана новая отрасль промышленности. Однако это не означает, что продукция этой отрасли перестала быть частью духовной культуры. Поскольку главным исполнителем изделия остается художник, имеющий специальную подготовку и навыки, оценка качества продукции должна проводиться художественным советом, а не определяться промышленными требованиями — сортностью, возможностью тиражировать, прочностью и надежностью (что, к сожалению, наблюдается в настоящее время).

Все это вызывает необходимость в создании специальных условий планирования, особой экономики для предприятий, выпускающих художественные изделия. Одним словом, нужны организационные и экономические преобразования.

В первую очередь необходимо объем продукции устанавливать, исходя из численности работающих, их квалификации, учитывая трудоемкость планируемого ассортимента изделий. Для преимущественного роста выпуска художественных и высокохудожественных изделий, а также повышения уровня специализации освободить производства художественных промыслов от «свободного вала», выполнения бытовых услуг и т. п. При установлении показателя прибыли необходимо учитывать небольшие размеры художественных производств, требования обновления ассортимента изделий, отказавшись полностью от метода планирования «по базе». Исключить при планировании объемов продукции, оценке эффективности производства и стимулировании развития отрасли показатель производительности труда. Более высокий уровень экономического развития отрасли — народных художественных промыслов — требует решения организационных вопросов планирования и управления.

Образец для массового производства

Л. Казакова

Художественное решение предмета выступает как типизация основных, господствующих на современном этапе художественных норм. В таком аспекте гибкость функционирования типовой формы приобретает широкий смысл — общеэстетический, практический, социальный, становясь необходимым требованием ее художественного содержания.

Вместе с тем художник не может только следовать сложившимся художественным представлениям, «отбирать» самые типичные их признаки. В результате творческого эксперимента он становится создателем новой эстетической концепции массовой вещи, порой опрокидывающей все привычные представления об облике предмета, «трактовке» материала, способе изготовления и т. д. Эта творческая задача имеет свою историю. Уже в 1920-е годы возникали и частично осуществлялись проекты массовых типовых форм посуды из стекла, фарфора, основными программными художественными принципами которых стали рациональность и практическая целесообразность. В начале 1960-х годов, когда промышленность испытала влияние художественного конструирования, вновь было обращено серьезное внимание на разработку формы предмета. Особенностью этого периода мы считаем стилистическую близость декоративно-прикладного искусства и художественной ценности промышленных изделий. Однако многие новые проекты массовой посуды не пошли на конвейер, так как «не вписались» в технологическую линию производства. Причина этого заключалась в отсутствии творческого сотрудничества художника и инженера. В искусстве промышленной вещи любое творческое предложение остается безрезультатным, если оно не находит поддержки в развитии технической мысли. На стекольных заводах технический уровень и способ производства далеко не всегда гарантируют точность воспроизведения образца-эталона в массовом тираже. Как правило, его решение упрощается, приспособляясь к существующим возможностям техники. Поэтому так важна целесообразная соподчиненность художественного и технического начала в деятельности предприятия. Производство художественного стекла за рубежом подразделяется на две основные отрасли: выпуск массовой продукции на автоматах и изготовление уникальных, дорогостоящих предметов, часто воспроизводящих традиционные формы и декор в разных «исторических стилях». Соответственно специализированы и предприятия. Например, в голландской фирме «Ройал леердам» одни фабрики выпускают изделия ремесленного труда и «скульптурное» стекло, другие — прессованные изделия: питьевую посуду, бутылки. Известные европейские фирмы «Оррефорс», «Коста», «Бода», «Баккара» и др. поддерживают свой «художественный авторитет» уникальными изделиями ручного труда.

В стекольной промышленности Чехословакии проблемой автоматического производства изделий из стекла занимается группа художников Института бытовой культуры и культуры одежды (ИВОК). Возглавляют работу художники А. Матура и П. Глава. Всесторонне изучив возможности предприятия «Скло Унион» (объединение по выпуску прессованного стекла), А. Матура создал серию промышленных образцов для массового выпуска, признанных Советом промышленного дизайна «выдающимся изделием 1971 года». Образцы уже освоены в производстве.

Конечно, в практике наших стекольных заводов есть примеры совместных творческих усилий художников и инженеров в освоении новых технологических приемов обработки изделий (образцы с пескоструйной обработкой вакуумным способом на Гусевском заводе, прессованные изделия

А. Лаврова.
Десертный набор
«Папоротник».
Хрусталь. ЛЗХС

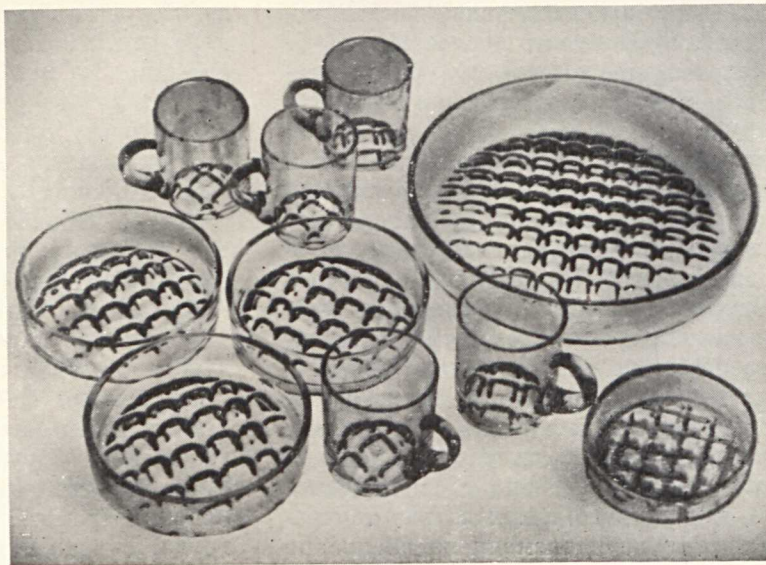


В. Берников
Набор посуды
«Солнышко».
Стекло, рифление.
Первомайский завод

из хрусталя, изготовленные методом литья на Ленинградском заводе художественного стекла). Но такая целенаправленная работа, поставленная как художественно-техническая проблема, еще не стала системой в области машинного производства бытовых изделий. Только при активном участии и ведущей роли художника в сфере индустриального способа производства предметов быта могут быть достигнуты достаточно высокие художественные результаты.

Особенностью работы художника в нашей промышленности является разноплановость, универсальность его творческой деятельности, сочетание в одном лице художника декоративно-прикладного искусства и дизайнера, создателя уникальных произведений и проектировщика массовых вещей. Дизайн в художественной промышленности не выделился у нас в самостоятельную область творчества, как это наблюдается в практике заводов и промышленных фирм многих европейских стран. Развитие стилевых тенденций промышленного искусства происходит в русле декоративных искусств, и их формирование находится под влиянием основных художественных течений.

Работа над массовым образцом, как правило, связанная

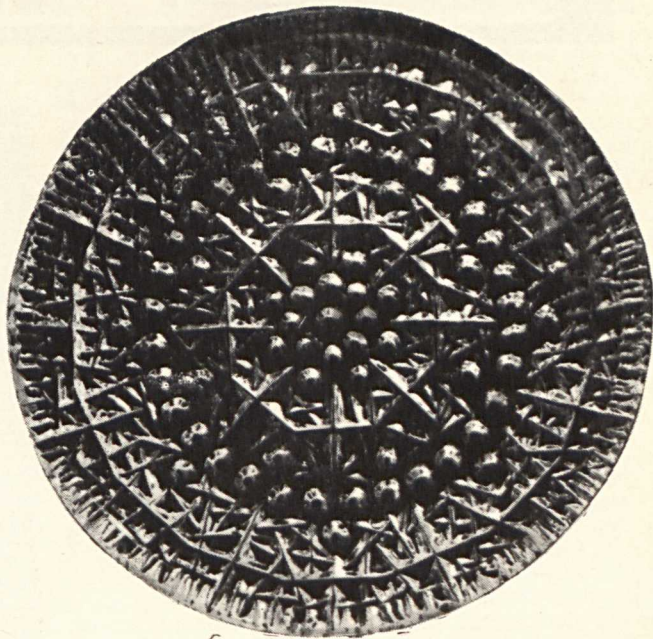
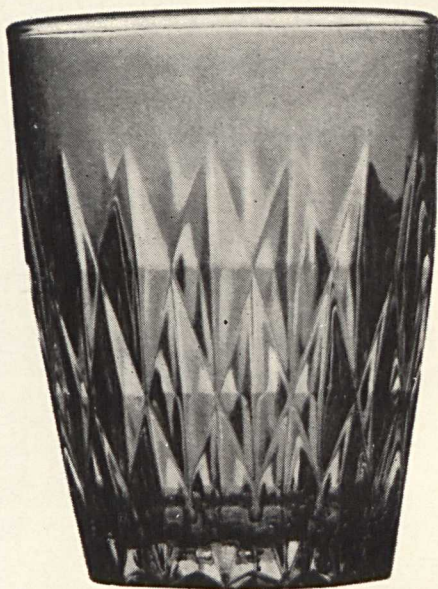
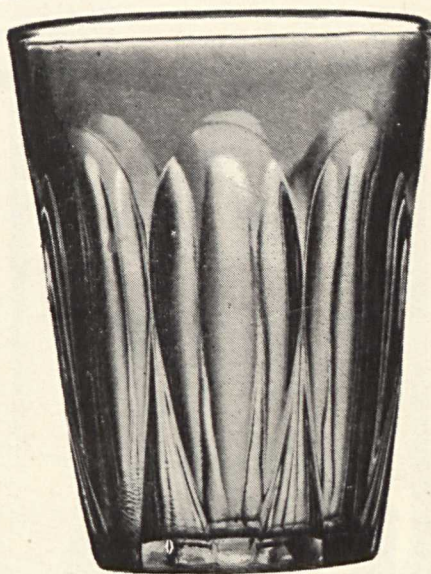
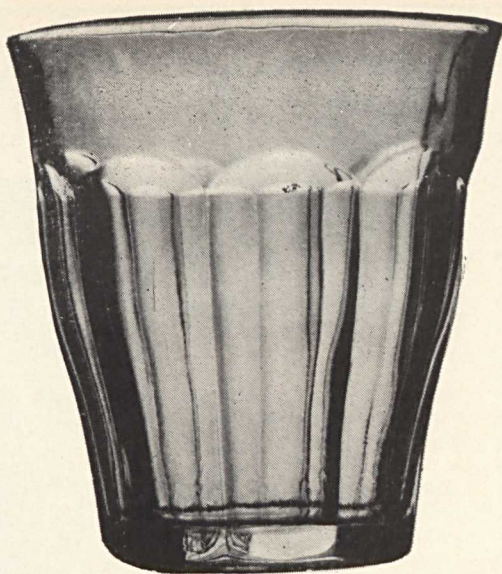


с машинным производством, выдвигает свой самостоятельный круг профессиональных задач, которые еще недостаточно осмыслены художниками и которые мало изучают критики.

Эти проблемы достаточно проявляются, например, в производстве бытового стекла. В стекольной промышленности нет ярко выраженной специализации (за исключением нескольких заводов) по ассортименту и способу производства изделий. Многопрофильная техническая оснащенность предприятия, широкий ассортимент продукции требуют от художника большой эрудиции при создании проекта массового образца. Особенностью стекольных предприятий является также сочетание машинного и ручного способа производства, что во многом определяет художественную направленность того или иного завода и работу их художественных лабораторий. Правда, сейчас механизация все шире вторгается в стекольное дело, большое место здесь занимает прессование из стекла и в самое последнее время — прессование из хрусталя. Наряду с этим на наших глазах происходит сложение особой индустриальной области производства бытовой посуды — стаканов, рюмок, хозяйственных предметов, прессованных из термостойкого стекла (так называемого дюралекса).

Все это ставит перед художником задачу поиска художественной структуры изделия, в которой нашли бы отражение специфические средства выразительности машинного продукта. Огромные тиражи механизированного производства, в особенности прессования, заставляют обратить особое внимание на функциональное решение каждой формы, ее практическую целесообразность. Грамотное, профессиональное решение формы предмета в соответствии с ее назначением в многом определяет потребительскую ценность вещи, повышает уровень культуры пользования предметом. Тем не менее в многообразном потоке предложений новых вариантов формы мы часто сталкиваемся с неопределенностью ее практического назначения.

Исторически сложившийся тип формы бытового предмета, уже прочно вошедший в обиход, редко меняется. Гораздо чаще мы встречаемся с новым вариантом известной по смыслу вещи, хотя не исключается создание принципиально нового по функции предмета, вызванного к жизни изменившимися условиями быта. Но и в том, и в другом случае непродуманность функциональной стороны предмета сказывается на уровне его художественных качеств. Порой строгая, деловая, повседневная по назначению форма дополняется обильным декоративным убранством в ущерб совершенству конструкции. Особое значение приобретает целесообразность формы в многопредметном комплекте столового набора, где при зрительном единстве должна быть определена роль каждого предмета в его «коллективном» функционировании. Важной задачей художника являются поиски такого образца, который бы концентрировал в себе типичные художественные признаки, делающие его общезначимым, доступным потребителям с разными вкусами и восприятием. Чешский теоретик профессор Д. Шиндерларж определяет эстетическую функцию производства как «нахождение эстетической меры, гибко определяющей процесс потребления, обеспечивающей целесообразное, гармоничное отношение между потребностями человека и способом их удовлетворения». Здесь выступает важная творческая проблема — типология промышленного изделия как один из основных признаков его массовости. Найти общеэстетический идеал потребителя, отвечающий его современным представлениям о художественной ценности предмета — задача необычайно трудная, если иметь в виду быструю смену вкусовых оценок и эстетических реакций покупателя, подверженного влияниям моды.



Стаканы. Термостойкое стекло «дюралекс», пресс. Уршельский завод

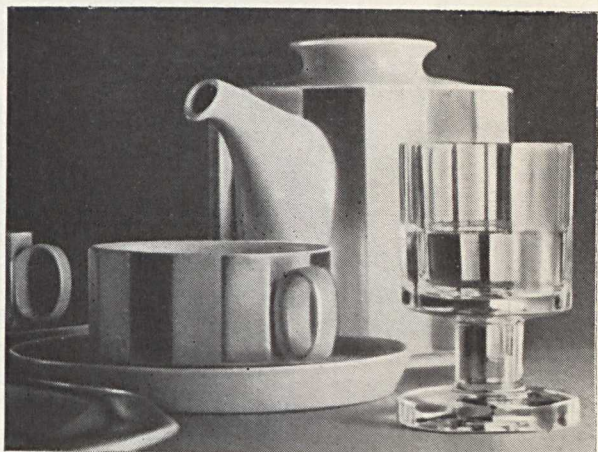
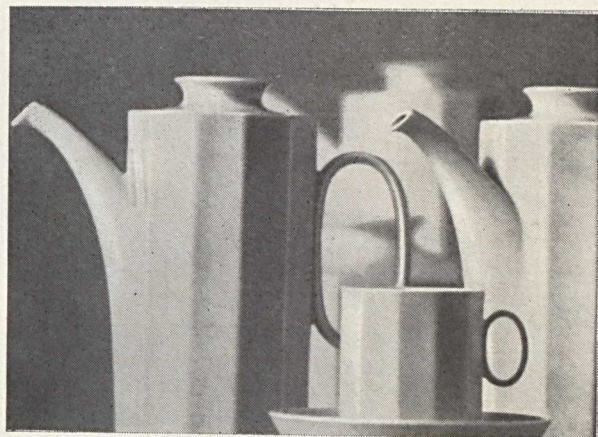
Л. Смирнова
Блюдо «Космос». Хрусталь, пресс. ЛЗХС



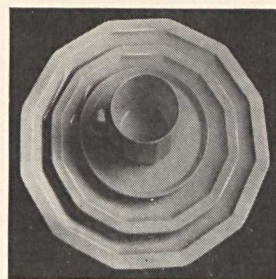
Тапио Вирккала
Сервиз «Полигон».
Предметы из сервиза

Новые формы фарфора и стекла

О. Едзаев
(По материалам
„Novum“
Gebrauchgraphik
6/1973)



Один из ведущих финских дизайнеров Тапио Вирккала (студия Розенталь) разработал новую форму фарфорового сервиза «Полигон» и 17 вариантов его росписи. Дополнительно была предложена серия

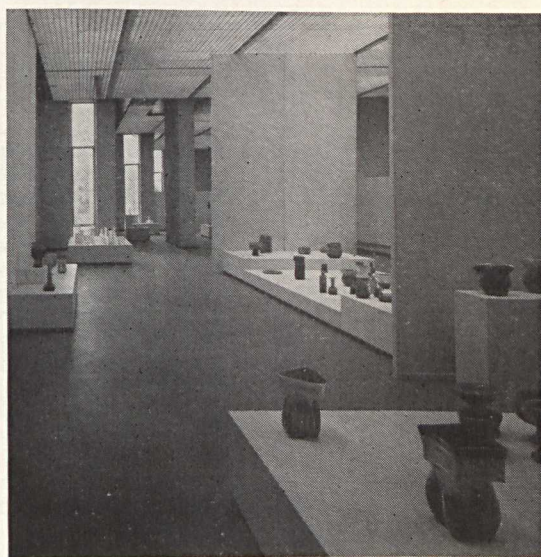


изделий из хрусталя и опалина под тем же девизом. В основу построения положен многоугольник, сопряженный внутри с окружностью. Экспрессивность, возникающая между окружностью и касательными, светотеневые эффекты полупрозрачного материала, органическая структура кристалла, графичность и архитектурность полученной формы направлены прежде всего на выявление свойств, присущих фарфору. Тщательная обработка деталей кофейного сервиза, логичность перехода от двенадцатиугольного тулова кофейника к круглому бутону крышки и лекальным пропорциональным линиям носика и ручки определены не только эстетическими, но и утилитарными

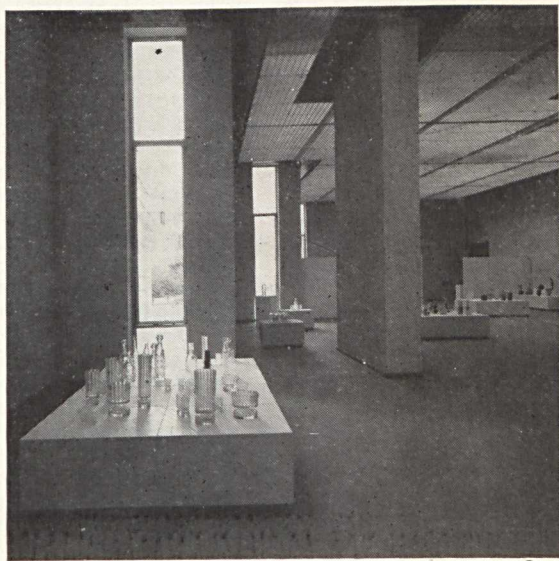
соображениями автора: из кофейника легко выливается жидкость, а форма ручки позволяет избежать соприкосновения с горячим корпусом. Чашка слегка округлена в верхней части, чтобы из нее было удобнее пить. Круглая форма блюда и двенадцатиугольные тарелки выражают основную идею замысла. Ясная, спокойная и современная форма позволяет сочетать сервиз с предметами любого стиля от барокко до модерна. Чайный сервиз выполнен по тому же принципу, но, лишенный вертикальной протяженности, выглядит несколько угловатым. Рюмки из хрусталя с толстыми стенками, с традиционной огранкой, на круглой ножке и граненом основании прекрасно дополняют сервиз. Опалиновые рюмки с дымчатой чашей и ножкой из белого стекла, выполненные в контрастной овальной форме, служат прекрасным завершением декоративной и формальной идеи автора.

Выставка в Вильнюсе, просмотр в Березовке

Л. Георгиева



Экспозиция выставки стекла художников РСФСР во Дворце выставок в Вильнюсе



Художественное стекло — сейчас самая активно развивающаяся область декоративно-прикладного искусства. Именно поэтому многие события здесь следу-

ют друг за другом. В июне большая выставка стекла художников заводов Российской Федерации открылась в Вильнюсе, во Дворце выставок. Литва не имеет своего стекольного производства, большую выставку художественного стекла вильнюсцы увидели впервые, и она стала подлинным событием в жизни города. Коллекция русского стекла выглядела действительно интересно и оригинально. В ней участвовали многие крупные художники стекла — Б. Смирнов, А. Остроумов, Л. и Д. Шущкановы, В. Шевченко, М. Грабарь, С. Бескинская, Г. Антонова, В. Филатов — и целый ряд других, более молодых мастеров с разных заводов РСФСР. Были показаны в основном уже известные и наиболее характерные авторские работы, но многие из них звучали по-новому благодаря отлично организованной экспозиции (авторы проекта экспозиции литовские архитекторы А. и В. Насвитис). Вильнюсский Дворец выставок дал возможность демонстрировать стекло в свободном, широко развернутом архитектурном пространстве. Выйдя из привычной

экспозиционной тесноты, окунувшись в свето-воздушную среду, стекло «задышало». Экспозиция не была перегружена, вещи стояли свободно, каждая жила в своей атмосфере, своим настроением, и вместе они составляли гармоничное равновесие цветовых акцентов. Выставка словно проявила пластические и композиционные замыслы художников. По-новому выступило пластическое богатство произведений В. Шевченко; раскрылись сложные пространственные построения и композиционные взаимосвязи вещей Б. Смирнова; заиграла цвето-прозрачная скульптурность «Скоморохов» С. Бескинской; как никогда, серьезно зазвучали современные ритмы хрустальных ваз А. Остроумова. Высказывалось мнение, что для хрусталя и бесцветного стекла не доставало искусственного света. На наш взгляд, направленный свет дробит форму хрустального изделия, подчас смещает акценты. Рассеянное естественное освещение, какое было во Дворце выставок, имеет свои плюсы, в частности, создает естественную ровную световую среду, в которой произведения из стекла выступают гораз-

«Искусство ремесленника»

Фелисити Эшби
(Лондон)

Так называлась Первая выставка современных английских ремесел, организованная в национальном масштабе в этом году в Музее Виктории и Альберта в Лондоне. Было показано более четырехсот работ 230 мастеров. Это — керамика, стекло, ювелирные украшения, переплеты книг, коллажи, вышивки, серебряные изделия, работы по металлу, ткачество, музыкальные инструменты. В самом названии выставки был подчеркнут скорее ее творческий, чем традиционный характер, не только функциональная, но и эстетическая сторона ремесла.

Выставка акцентировала внимание именно на особой ценности художественных ремесел в наши дни. Сегодня важна не только рукотворность художественного труда. «Промышленная революция», — писал в предисловии к каталогу известный конструктор мебели Гордон Рассел, — поставила так много озадачивающих социальных и других проблем, что не удивительно, что большинство из них стоят на повестке дня. Одна из этих актуальных проблем касается ценности ручного ремесленного творчества в машинном мире.

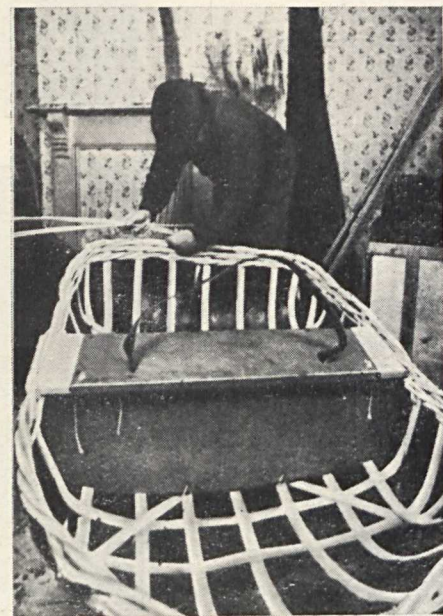
...Две прошедшие ужасные войны настолько ускорили производство для временного пользования, и люди настолько привыкли к этому, что понятие о продукте хорошего качества (ручное изделие) для постоянного пользования как-то потерялось. Изделия ручного ремесла могут вернуть критерий качества. Они же дают возможность человеку удовлетворять потребности в творческой работе, а так-



Керамический кувшин

Шкатулка. Серебро, эмаль

Традиционный вид ремесла —
изготовление соломенных крыш



хроника

до более многогранно. Выявив новые достоинства в вещах высокого мастерства, вильнюсская экспозиция обнажила и слабости некоторых произведений — вялость и эскизность формы, непродуманность пропорций, сухой аскетизм силуэта. Демонстрация стекла в Вильнюсе еще раз подтвердила, что каждая новая выставка — это не только интересное зрелище для зрителя, но серьезный экзамен для художника.

* Как построить работу Всесоюзного художественного совета по стеклу таким образом, чтобы он приносил максимальную пользу и не дублировал республиканские, которые просматривают весь новый ассортимент стекла? Этот вопрос волнует и руководителей промышленности, и заводских работников. Решено на Всесоюзных советах ставить проблемы, актуальные для всего производства художественного стекла, затрагивая как их теоретическую сторону, так и практическую. На последнем Совете, который состоялся на белорусском заводе «Неман», обсуждались проблемы художественного хрусталя, выпуск которого

в этом году заметно возрастет. Какие задачи это ставит перед художниками?

Интенсивно идет механизация производства, в результате почти полностью всего выпуска составят прессованные изделия из хрусталя. Каковы их особенности? Чем отличаются предметы ручного труда в стекловедении от механизированных?

Этим вопросам были посвящены доклады искусствоведов Н. Степанян и Л. Казаковой, их обсуждали художники и инженеры на конкретных примерах практики того или иного завода, они служили темой дискуссии на Совете. Единодушно подчеркивалась особая «драгоценность» хрусталя как материала, богатство его оптической игры, парадность его облика. В этом направлении и ведут работу художники крупнейших заводов страны — Ленинградского, Гусевского, Дятьковского, Киевского и др., которые демонстрировали свои изделия на Совете. Ленинградцы показали нарядные большие ансамбли из хрусталя со своеобразным использованием алмазной грани и гравировки для изобразительно-образных рисунков (работы Л. Юр-

ген, Х. Пыльд). Смелостью решения, острым сопоставлением граничных объемов обратили на себя внимание вазы А. Остроумова.

Полнокровные формы, уверенные штрихи граней, яркая эмоциональность облика привлекали в изделиях художников Киевского завода И. Аполлонова и Л. Митяевой. Своеобразную ноту внесла скульптура А. Балабина благодаря использованию пластических качеств хрусталя в сочетании с мягким световым мерцанием. Сверкающая декоративность, праздничность отличала работы армянских художников С. Гаспаряна и К. Погосова, вызвавшие особое одобрение Совета.

Наибольшее внимание Совет уделит прессованным изделиям из хрусталя и вещам массового производства. Определенные успехи в этой области продемонстрировали художники Гусевского завода. Они создали целый ряд интересных образцов для цветного и бесцветного хрусталя, для разных видов механического производства. Изделия В. Корнеева, О. Козловой, В. Касаткина и других отличаются строгой современной формой, красивым колорит, своеобраз-

ные декоративные находки в использовании широкой грани, шлифовки и некоторых технологических новинок. Большие достижения в прессовании из хрусталя у Ленинградского завода. Красивые, с прекрасной оптической игрой предметы, декор которых по-особому ритмизован, созданные Л. Юрген и Л. Смирновой, точно передают облик современного массового изделия, выполненного машиной. Хорошее качество ленинградских изделий, прессованных в стальных формах, завоевало им всеобщее признание.

Ряд других заводов, среди которых Дятьковский, фирма «Радуга», им. Свердлова, Киевский, тоже не без успеха работает над прессованным хрусталем. Однако некоторые предприятия, в особенности ташкентский «Миконд» и Саратовский завод, идут по ложному пути копирования устаревших, низкого художественного уровня образцов или занимаются их эклектичной обработкой. Эти коллективы были подвергнуты на Совете резкой критике, им предложено шире привлекать художников, использовать опыт передовых предприятий.

рецензии

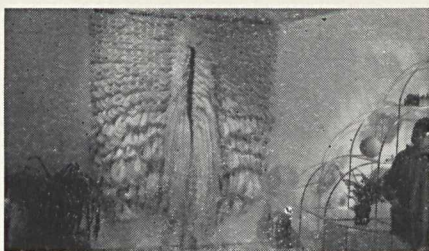
«Крестьянская одежда населения европейской России (XIX — начало XX в.)»

Л. Супрун

Новая книга, подготовленная Научно-исследовательским институтом культуры *, быстро стала библиографической редкостью. Жанр этого издания весьма точно выражен словом, стоящим в подзаголовке, — определитель.

Это, по существу, обширный справочник, весьма полезный исторiku, этнографу, искусствоведу, художнику и совершенно необходимый музейному работнику. Фундаментальное издание объемом в 30 с лишним печатных листов, посвященное анализу одежды крестьян европейской России, вправе занять место рядом с такими настольными книгами музейщиков, как «Энциклопедия искусств народов мира», словари художников, путеводители по архивным фондам, ка-

* «Крестьянская одежда населения европейской России (XIX — начало XX в.)». Определитель. М., «Советская Россия», 1971

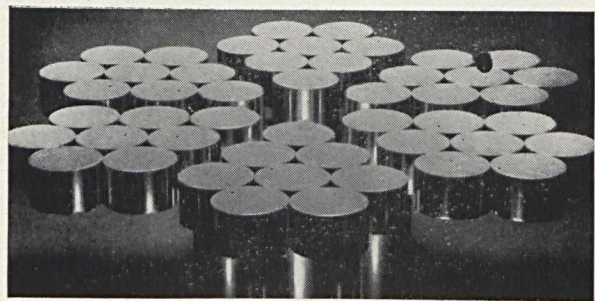


На стр. 54:
Лодка для
перевозки груза
по рекам.
Северный Уэльс.
Подобные
лодки
известны 2000 лет,
со времен
древних
кельтов

Часть
экспозиции —
гобелены

Бокал
с гравировкой

Стол из
алюминиевых
трубок,
покрытых
полированной
фанерой



же занимать досуг...». Такой взгляд устроителей выставки ремесел способствовал тому, что, помимо традиционных вещей, в экспозицию попал целый ряд экспериментальных работ, изменяющих привычный взгляд на ремесло. Специальная выставка рассказала о работе четырех мастеров и взаимосвязи между их творчеством и средой. Сознательно был подчеркнут контраст в их образе жизни. Например, ткач и мастер витражей живут на селе, шрифтовик-вывесочник — в Кембридже, а серебряных дел мастер — в одном из районов Лондона, известном своими ремесленниками. Больше всего в экспозиции было ткачества, керамики и ювелирных украшений. Керамика представлена изделиями из маленьких керамических центров или работами отдельных мастеров. Ассортимент ее весьма обширен. Очень высоким уровнем отличались изделия бытового назначения, изготавливаемые большими сериями.

Наилучшими среди предметов ткачества были образцы из Шотландии, еще сохраняющей традиционное мастерство в этом виде ремесла. Выставка не только продемонстрировала искусство английских и шотландских мастеров, но и сама была характерным примером выставочного дизайна. Около затемненного входа среди груды камней, напоминающих о первом материале искусства, находились изделия старинных ремесел. В центре зала был воспроизведен уголок поля со спелой пшеницей, а около него движущиеся конструкции из сеток и веревок, своим цветом и характером перекликавшиеся с соломой. Стекло и цветная керамика были показаны на подсвеченном стекле, которое подчеркивало яркость и красоту изделий из этих материалов. Ювелирные украшения были выложены в прозрачных полусферах из полиматериалов, смонтированных в верхней части черных «колонн» на уровне человеческого глаза. Се-

ребряные столовые приборы стояли в полусферах на светлокоричневых колоннах. Очень яркие гобелены и настенные ковры из шерсти, сезаля и веревки по своей «пластике» находятся в русле современных исканий. На выставке было много работ высокого качества молодых мастеров, свидетельствующих об интересе молодежи к труду ремесленников, к объединению их при ремесленных центрах, музеях и специальных магазинах. Современные мастера имеют возможность использовать самые современные материалы и красители, они следят за модой и поисками ведущих дизайнеров. Становится все труднее отличить ручное изделие от машинного, если, конечно, оно не несет традиционных черт (в Англии, к сожалению, сохранилось очень немного традиций художественного ремесла). Многие делают образцы и для промышленности, расширяя ассортимент утилитарно-художественных изделий.

талог крупнейших собраний страны.

Авторы поставили перед собой весьма сложную цель — в предельно сжатом, насыщенном справочном издании сообщить читателю огромное число фактов, познакомить его с различными и порой весьма сложными формами одежды, бытовавшей в крестьянской среде европейской России в XIX — начале XX в.

Как же достигнута эта цель, сформулированная в предисловии к книге: «оказать помощь музейным работникам в определении плохо датированных, не имеющих точной территориальной принадлежности крестьянских одежд»?

Богатейший и весьма разнообразный материал истории одежды народов, населяющих европейскую Россию, скомпонован в девять больших разделов, где подробно рассматриваются комплексы одежды крестьян, центральных, северных, западных и южных областей Поволжья, Приуралья и других районов. В сборнике приняли участие специалисты — историки и этнографы — Е. В. Арсеньева, В. Н. Белицер, Е. П. Бусыгин, М. Н. Левинсон-Нечаева, А. А.

Лебедева, И. А. Попова, Л. В. Ташихина. Знакомясь с книгой, все время чувствуешь заботу авторов о будущем читателя, перед которым стоят сложнейшие вопросы музейного дела — атрибуции памятников народного искусства. Работники музеев, получившие специальное искусствоведческое образование, хорошо знают, какое большое внимание уделяется вопросам научного определения памятников и на кафедре истории искусства Московского университета и в Академии художеств в Ленинграде. Уже в курсе по описанию и Анализу памятников ставятся вопросы методики атрибуции, затем их уже более углубленно решают в курсовых и дипломных работах, в докладах научных студенческих обществ как опыты «знаточества». Рецензируемая книга будет прекрасным помощником молодым специалистам — искусствоведам, историкам, этнографам, художникам в одной из наиболее сложных отраслей атрибуции — научном определении памятников народной одежды. Опыт авторов книги — людей весьма искушенных в различных областях музейной работы,

передается читателям в форме четкой, ясной, логичной. Каждая статья сборника имеет вводную часть, знакомящую с основными историческими этапами сложения и развития костюма того или иного края, с особенностями быта, с основными социально-экономическими факторами, влияющими прямо или косвенно на характер костюмов различных групп населения. Книга дает ясное представление не только о том, под влиянием каких факторов складывался народный костюм, но также и о том, каким важным источником знаний о народной жизни является сам комплекс народной одежды. В статьях сборника даны сведения о сложении и развитии крестьянского костюма каждого района, о влиянии на крестьянский костюм городской культуры, особенно усилившемся в эпоху капитализма. Особое внимание авторы обращают на факты, связанные с вытеснением дмотканых материй дешевыми хлопчатобумажными и шелковыми тканями; они прослеживают изменения в характере покроя и украшения крестьянских одежд, вызванные новой фактурой и шири-

ной фабричных тканей. Очень важны для исследователя народного искусства XIX века приводимые в статьях сведения о сложении комплекса одежды жителей крупных промышленных сел, соединившего в себе черты костюма городского мещанина, фабричного рабочего и сельского жителя. С большим интересом прочтут читатели разделы об одежде русского Севера, костюмах лесостепного юго-востока, об одежде Дона и Северного Кавказа. Особо хочется отметить одну из важнейших особенностей этой книги — рассмотрение костюмов русского населения различных областей во взаимосвязи с анализом костюмных комплексов народов, живших в тесном контакте с ним. Органично входят в статьи сборника сведения по истории заселения русскими Севера и Поволжья, данные о культурно-бытовых особенностях жизни различных народов. В каждой статье сборника анализируется мужская и женская одежда народов европейской части СССР, включая верхнее и нижнее повседневное и праздничное платье, обувь, головные уборы. описа-

ны все особенности кроя и ношения тех или иных деталей костюма. Авторы уделяют значительное внимание декоративному решению костюма, своеобразию цветового строя, украшений. Представление о народном костюме весьма существенно дополняют иллюстративные материалы, чертежи кроя, рисунки, сделанные на основе материалов экспедиций, фотографии, порой очень редкие. Изобразительный материал являет собой большую самостоятельную ценность, соединение же его с развернутым анализом форм костюма делает книгу предельно насыщенной. Издательство «Советская Россия», выпустившее эту серьезную книгу, очевидно, рассчитывало на определенный круг специалистов. Но к ним сегодня присоединятся и любители народного искусства, и энтузиасты-краеведы, создающие народные музеи, школьные картинные галереи, кружки и общества по изучению родного края. И им очень нужны издания по материальной культуре. Остается лишь пожалеть о том, что рецензируемая книга вышла тиражом всего в 1500 экземпляров.

Набивные ткани конца 20-х — начала 30-х годов

В Музее народного искусства в Москве находится небольшая коллекция набивных тканей, главным образом работы ивановских и московских фабрик*, конца 20-х—начала 30-х годов, когда от рисунков с советской тематикой они стали переходить преимущественно к растительным узорам.

После Октября текстильные фабрики, оправившись от разрухи, вызванной империалистической и гражданской войнами, работали по старым, до революционным образцам.

Первые попытки обновить текстильный рисунок были сделаны художниками-конструктивистами Л. Поповой и В. Степановой, которые в 1924 г. пришли работать на 1-ю ситценабивную фабрику. Они строили свои композиции из простых геометрических форм, расположенных на ткани в разнообразном, но всегда четком, подчеркнуто выраженном ритме. Ткани Поповой и Степановой, как яркое и новое явление, имели огромный успех у потребителей и оставили заметный след в нашей текстильной промышленности.

С 1928 года появилось новое направление в орнаментации набивных тканей, которое ставило своей целью пропаганду средствами текстиля всего нового, что дала стране Советская власть. Застрельщиками этого направления была молодежь, окончившая текстильный факультет Вхутеина и объединившаяся в 1929 году в текстильной секции ОМАХРРА (Объединение молодежи Ассоциации художников революционной России). Тематами их рисунков была индустриализация и коллективизация страны, советский спорт, Красная Армия, новые эмблемы и т. п. Эти рисунки, выражавшие в своих сюжетах огромные социальные и экономические сдвиги, происходившие в нашей стране, были, безусловно, новаторскими и по композиции с подчеркнуто плоскостной трактовкой сюжетных мотивов. Откликнулись на новое начинание и рисовальщики ивановских фабрик, создавшие ряд рисунков ситцев и сатинов, посвященных теме коллективизации деревни. На них сельские пейзажи с тракторами, сенокосами, комбайнами нередко сочетаются с пышными гирляндами объемно решенных цветов и плодов. Вскоре тематическое решение текстильных набивных рисунков стало обязательным для художников всех фабричных рисовальных коллективов, и на фабриках в 1929—32 гг. сточили более 5 тысяч награвированных медных валов с цветочным орнаментом. Художественное качество новых рисунков было неравноценным. Среди них встречались вполне «текстильные» рисунки, но в большинстве из них тематические мотивы — тракторы, аэропланы, мачты электростанций, паровозы, шестерни — располагались на ткани по элементарным пра-

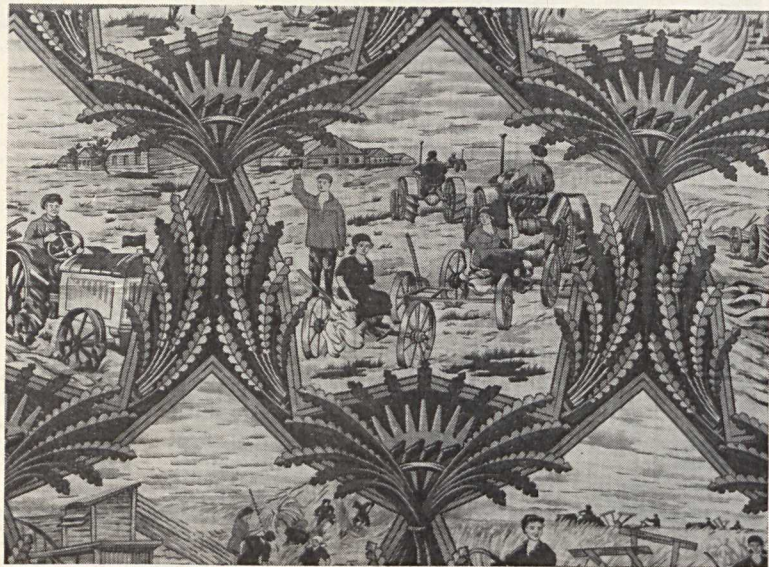
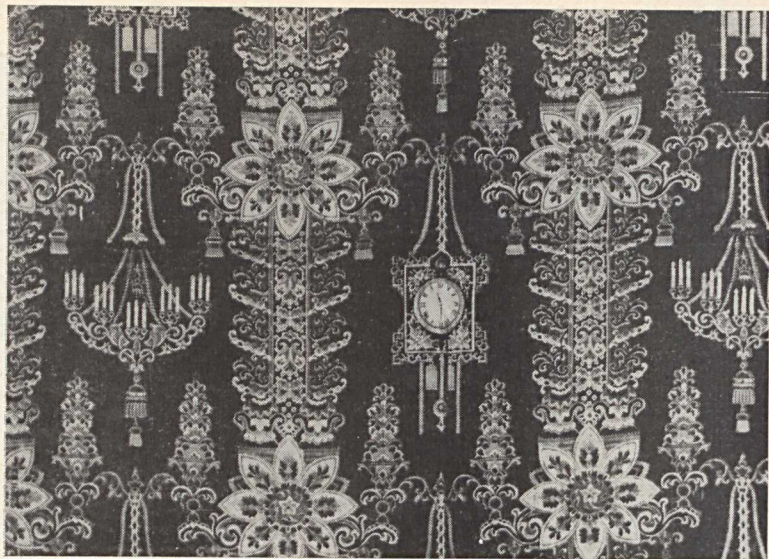
вилам шахматного расшор-та, были неинтересны по силуэту, недекоративны и тусклы по расцветкам. С самого своего появления подобные ткани начали вызывать недовольство широкого потребителя; споры о них велись и в среде специалистов: швейников, художников, искусствоведов, которые обвиняли авторов этих тканей в создании «ходячих плакатов», в непонимании функций текстильного рисунка, в несоответствии сюжетов назначению ткани и дискредитации этих сюжетов при раскрасе, шитье и ношении.

6 октября 1933 года в «Правде» был напечатан фельетон «Спереди трактор — сзади комбайн», осуждающий агитационные рисунки на тканях, а в декабре того же года Совет Народных комиссаров вынес постановление о недопустимости выработки на предприятиях тканей с неуместными рисунками, которые, вульгаризируя идеи социализма, не соответствуют задаче агитации за советскую власть. После этого на фабриках были сточены валы с тематическими рисунками и возрождены некоторые орнаменты, которые вырабатывались для деревни и восточного рынка и прославились в свое время русскую текстильную промышленность. Таковы, в первую очередь, крупнораспорточные ситцы и сатины с ярким декоративным цветочным узором, вполне заслуживающие название классики русского текстиля.

В фабричных рисовальных, пополненных молодыми художниками, стали создаваться и новые рисунки, в которых мир техники сменился миром природы, появились геометрические орнаменты, но их было меньше.

По стилистическим особенностям плательные рисунки той поры можно разделить на три группы. К первой из них относятся рисунки, близкие по орнаменту к ситцам с мелкими розочками на синем и черном фонах, шедшие ранее на крестьянский рынок, а теперь завоевавшие широкое признание и среди городского потребителя. В эти рисунки чувствуется любовное отношение к красоте природных форм, они масштабны, «ситцевы». Ткани с такими рисунками применялись для сарафанов-«татьянок» — любимой одежды детей и молодежи в 30-х годах. Ко второй группе принадлежат также мелкоузорные рисунки с цветочным орнаментом, данным в плоскостной трактовке с большей или меньшей степенью обобщения. Третью группу составляют рисунки с геометрическим орнаментом, причем его элементы также даны в некрупном масштабе и решены не статично, а связаны динамическими ритмами друг с другом. Это горошек, полоска, «беспредметные» рисунки.

1934 год был переломным годом в развитии советской ситцепечатной промышленности. Буквально за один год она сумела достичь больших успехов как в области технологии, так и в области художественного оформления тканей. Коллекция тканей, находящихся в Музее народного искусства, интересна тем, что она свидетельствует о времени этого перелома.

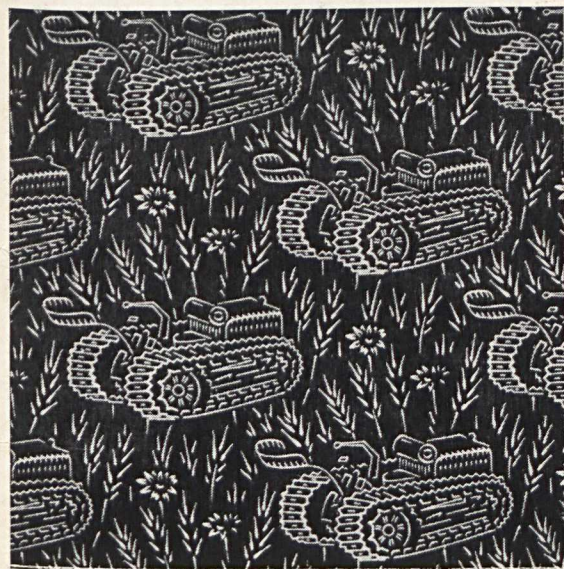
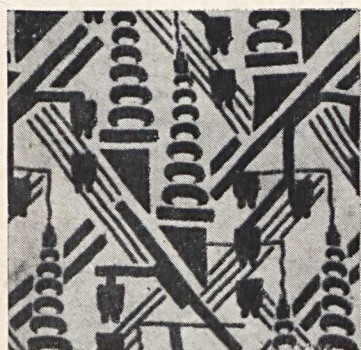




На стр. 56

Декоративный ситец «Часы». Иваново. Печатался в 30-х гг. XX в. по рисунку 70-х—80-х гг. XIX века

Декоративные ситцы с тематическими рисунками. Конец 20-х — начало 30-х гг. Иваново



На этой странице:

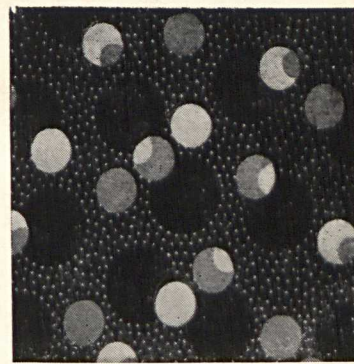
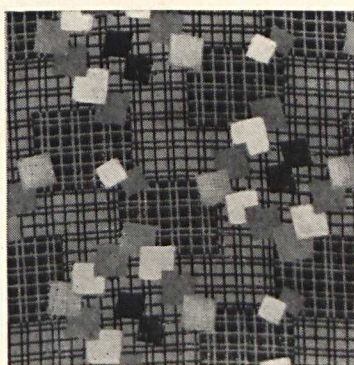
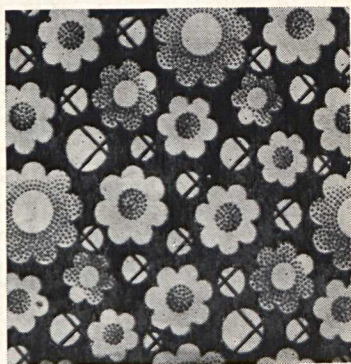
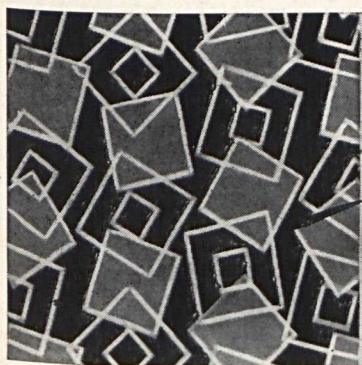
Ситцы с цветочным рисунком. Иваново, 1934 г.

Декоративные ситцы с тематическими рисунками. Конец 20-х — начало 30-х гг.

Ситец с крупным рисунком. 30-е гг.

Ситцы «Трактор» и «Конница». Конец 20-х — начало 30-х гг.

Ситцы с геометрическими рисунками. 30-е гг.



Прим. ред. Эта коллекция была собрана автором статьи и подарена музею. Подробно о тканях 20—30-х годов см. статью И. П. Работновой: «Из истории советских набивных тканей 20-х — первой половины 30-х годов». Сборники трудов НИИХИ, № 6, М., «Легкая индустрия», 1972

