

А.А. СУВОРОВА

Соискатель ученой степени, Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: asuvorova7@mail.ru

Ю.В. НАЗАРОВ

Доктор искусствоведения, профессор кафедры дизайна среды, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: nazaret48@yandex.ru

И.Б. ВОЛКОДАЕВА

Канд. тех. наук, профессор, заведующая кафедры дизайна среды, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
e-mail: vi49@bk.ru

A.A. SUVOROVA

PhD applicant, Kosygin University
e-mail: asuvorova7@mail.ru

Y.V. NAZAROV

Doctor of arts, doctor of art criticism, and professor of the department «Design of environment» of the Kosygin University
e-mail: nazaret48@yandex.ru

I.B. VOLKODAEVA

Candidate of technical sciences, professor, head of the department «Design of environment» of the Kosygin University
e-mail: vi49@bk.ru

ЭСТЕТИКА ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ СОВЕТСКОГО ФАРФОРА НАЧАЛА XX СТОЛЕТИЯ

AESTHETICS OF FEASIBILITY OF THE SOVIET PORCE- LAIN IN THE BEGINNING OF THE XX CENTURY

В статье рассматривается эволюция облика фарфоровых изделий от классических произведений до агитационного советского фарфора XX столетия. Изучены характерные черты русского фарфора, стилистические особенности предметов данной группы, сформировавшиеся под влиянием разных эпох. Описано воздействие хаоса в сфере искусства на произведения из фарфора в XX веке.

The article is about porcelain products evolution from classical works to agitational Soviet porcelain of the 20th century. The characteristic and stylistic features of objects, which were formed under the influence of different epochs, were studied. The results of the analysis of the influence of chaos in the sphere of art on porcelain works of the 20th century are described.

Ключевые слова: авангард, эстетика целесообразности, фарфор, агитационный фарфор, монументально-декоративный фарфор, интерьер, экстерьер, дизайн, графика, характерные черты русского фарфора.

Keywords: avant-garde, aesthetics of feasibility, porcelain, agitation porcelain, monumental and decorative porcelain, interior, exterior, design, graphic, characteristic features of Russian porcelain.

Облик фарфоровых изделий претерпел множественные изменения на протяжении столетий. Начиная с XIII века, фарфор выпускался преимущественно в канонических, а затем в классических формах, и имел единый, устоявшийся облик. В начале XX века глобальные политические сдвиги отразились во всех сферах творческой деятельности, включая искусство фарфора. Смена стилистических направленностей ознаменовала собой отказ от принятых канонов и смену сложившихся приемов. Хаос перемен настоятельно требовал от художников поиска новой эстетики — эстетики революционной целесообразности.

Фарфор, изначально привезенный в Европу из Китая путешественником Марко Поло, был редкой и ценной диковинкой в стиле «шинуазри» (рис. 1). Техника изготовления китайского фарфора держалась в секрете, и произведения из этого материала были востребованы при оснащении стилизованных восточных интерьеров на протяжении XVII–



Рис. 1. Китайский фарфор Династии Мин

XVIII веков [9]. Со временем процесс изготовления материала утратил свою тайну, и фарфор стал выпускаться производственными мануфактурами по всему миру. Продукция из фарфора с момента своего появления в Европе в XIII веке всегда соответствовала духу времени и отражала актуальные стилистические направления.

В России фарфор впервые появился благодаря императору Петру I. Во время путешествий по Европе в 1712 году на государя произвели сильное впечатление интерьеры Прусского замка, выполненные в китайском стиле «шинуазри» с применением порцелиновых декоров. По возвращении в Россию монархом был издан Указ о закупке фарфоровых предметов и создании в Петергофском дворце первого китайского кабинета [8]. Так началось увлечение фарфором в России. Спустя несколько лет ажиотаж на дорогие экспортные предметы стал настолько велик, что возникла необходимость в собственном производстве фарфора.

Фарфоровое дело в России берет свое начало в XVIII веке. Первой российской фарфоровой фабрикой стала «Невская порцелиновая мануфактура», основанная в 1744 году в Санкт-Петербурге. Позднее, в 1765 году, она была переименована в «Императорский фарфоровый завод» и существует в городе на Неве и по сей день [4]. После продолжительной череды неудач и экспериментов с местным сырьем технологические опыты завершились успехом. Российским мастерам и ученым удалось добиться высокого качества продукта, а за дизайн изделий отвечали воспитанники Петербургской Академии художеств — в декорировании применялся большой цветовой спектр и роспись золотом. Один



Рис. 2. Арабесковый сервиз, 1784 г. И.Ф.З.

из известнейших примеров первого русского фарфора — Арабесковый сервиз, впервые выпущенный в 1784 году Императорским фарфоровым заводом; он пользовался успехом среди Российской знати и в дальнейшем успешно экспортировался в Европу (рис. 2).

Русский фарфор изначально выпускался в «больших» европейских стилях — от рококо до барокко, сохраняя традиции ведущих европейских стран. Стилистически предметы декоративно-прикладного искусства оставались неизменными внешне вплоть до начала XX века [5]. Однако одной из центральных проблем художественного творчества и материалом для критики в конце XIX — начале XX вв. была проблема стиля, поиски устойчивых стилевых закономерностей в искусстве.

Изменение политического строя в России и связанные с этим перемены во всех областях отечественной жизни получили свое яркое воплощение в беспрецедентном явлении в изобразительном искусстве — художественном авангарде [2]. Наступил период творческих экспериментов и поисков новых изобразительных концепций. При этом порой облик художественного объекта мог быть крайне упрощенным, зачастую в ущерб качеству, и являл собой некую форму изобразительного абсурда. Под влиянием авангардной стилистики русский фарфор частично отказался от классических приемов и обрел новые очертания. Сервизы и предметы декора стали лаконичнее, на них наносились конструктивистские изображения, впервые появился новый тип изделий — агитационный фарфор. Традиции классического декоративно-прикладного направления в производстве фарфоровых изделий были разрушены, и на



Рис. 3. Блюдо с гербом РСФСР. Роспись С.В. Чехонина. 1918 г. Г.Ф.З.



Рис. 4. Тарелка «Кто не работает, тот не ест». Роспись М.М.Адамович, 1923г. Г.Ф.З.

смену им пришли новые, актуальные и необычные приемы. Наметившийся эстетический хаос, заключавшийся в смене привычных устоев, породил собой новую эстетику — эстетику авангардной целесообразности. В обыденном понимании определение хаоса заключено в беспорядке, смешении, анархии и имеет древнегреческое происхождение. Хаос в контексте искусства — это изменение традиций, отказ от канонов в пользу авангардных творческих веяний.

Новые изделия из наиболее совершенного вида керамики перестали быть просто предметами быта и средством удовлетворения эстетических потребностей — они стали рупором новой политики, новых идей. Советский фарфор испытал на себе веяния графического плаката, вобрал в себя эстетику оформления революционных праздников. Лозунги, символы советского времени, важные исторические даты — все это было отображено в обновленных предметах декоративно-прикладного искусства и наглядно свидетельствовало о приходе искусства изобразительной пропаганды. Новая эстетика дала весомый толчок в развитии станкового фарфорового искусства. Выпускаемый ограниченными партиями фарфор, в основном, нес выставочный характер и экспонировался на крупнейших отечественных и международных выставках. Статуи, бюсты, декоративные предметы и станковые рельефы имели самостоятельное значение и, как правило, не носили утилитарного характера. Простому потребителю такие предметы были практически не доступны. По сей день, в связи с ограниченным тиражом, фарфоровые объекты агитационных серий имеют большую ценность, хранятся в музеях и частных коллекциях.



Рис. 5. Блюдо «Звонарь». Роспись Александры Щекатихиной-Потоцкой. Г.Ф.З.



Рис. 6. Блюдо «1921-й». Роспись Александры Щекатихиной-Потоцкой. Г.Ф.З.

Первый агитационный фарфор был произведен в Санкт-Петербурге. «В марте 1918 года решением Коллегии Отдела изобразительных искусств завод был передан в ведение Народного Комиссариата просвещения как испытательная керамическая лаборатория республиканского значения. С этого времени предприятие стало именоваться Государственным фарфоровым заводом в Петрограде (ГФЗ)» [3]. Перед художниками стояла непростая творческая задача — реализовать в серийной продукции абсолютно новые по тем временам стилистические принципы. Одним из первых художников, выполнявших агитационную миссию по росписи фарфора, был С.В.Чехонин, создавший конструктивистское блюдо с гербом РСФСР, окруженным цветами и символами нового времени — серпом и молотом (рис. 3). Художнику М.М.Адамовичу в 1923 году всего в одном фарфоровом предмете удалось передать дух целой эпохи. Тарелка «Кто не работает, тот не ест» включает в себя не только сам лозунг, но и целый комплекс элементов идеологической пропаганды — красную звезду, портрет В.И.Ленина, стилизованный герб РСФСР и даже изображение продовольственных талонов (рис. 4). Еще одним известным мастером по росписи фарфора являлась художник Александра Щекатихина-Потоцкая. Большинство ее работ служит выдающимся примером агитационного декоративно-прикладного искусства. Изображения на фарфоровых блюдах и тарелках имеют богатую цветовую гамму, сложную композицию, авангардную пластику, наполнены лозунгами и разнообразными символами человеческого труда, такими как стилизованные под цифры пшеничные колоски (рис. 5–6).

Новые порцелиновые произведения, выполненные в духе революционного авангарда, отличались конструктивистскими изображениями, яркостью красок, простотой форм и сложностью композиции. Прыгающие буквы, символические и замысловатые элементы, открытые цвета — все это передает остроту и нестабильность нового времени. Абстрактные, самобытные, стилизованные изображения, выполненные на блестящем и гладком фарфоре, привлекли к себе большой интерес специалистов и публики. Выпускаемый незначительными партиями (по 300 экземпляров) фарфор предназначался, главным образом, для экспонирования за рубежом, на международных выставках. Таким образом, начиная с 1920 года, фарфор с советской агитационной символикой представлял молодое социалистическое государство во многих европейских странах, таких как Франция, Германия, Италия, Бельгия, Швеция и многих других.

Как все новое и уникальное, агитационный фарфор практически не мог стать предметом быта в домах простых семей. Его можно было встретить только на международных выставках и позже — в музеях. Планировалось, что в дальнейшем, когда производство станет более массовым, пропагандистский фарфор станет общедоступным для рабочих и крестьян, однако этому не суждено было случиться. В домах у российских обывателей и по сей день стоят знакомые, ставшие классическими, доступные и «понятные» сервизы типа «Кобальтовая сетка» (ЛФЗ), «Горошек» (Дулево) или «Тюльпаны» (ДФЗ).

Производство авангардных произведений из керамики охватывало не только главный фарфоровый завод — ГФЗ, но осуществлялось также и на других порцелиновых фабриках — Дулёвской, Дмитровской, Волховской и на Конаковском фаянсовом заводе. Продукция этих предприятий заметно отличалась по качеству и художественному уровню, однако сегодня она имеет такую же высокую ценность в связи со своей редкостью и уникальностью произведений.

Подводя итоги, можно констатировать, что хаос, сопутствовавший нестабильной политической ситуации в стране в начале XX века, призвал на службу новой власти уникальную эстетику — эстетику революционной целесообразности. Разрушение сложившейся художественной системы и резкие перемены в промышленной эстетике способствовали созданию прекрасного и самобытного направления в искусстве фарфора. Не похоже ни на что созданное ранее, авангардные порцелиновые произведения имеют большую культурную и историческую ценность и по

сей день. В настоящее время можно встретить агитационные экспонаты из фарфора в ряде российских музеев и в частных коллекциях [6]. Произведения агитационного фарфора являются уникальным в своем роде примером художественно-стилистического направления и не имеют аналогов в мировой истории декоративно-прикладного искусства.

Библиография:

1. *Абрамова А.* Наследие ВХУТЕМАСа // Декоративное искусство СССР. 1964. № 7.

2. *Балицкая Т.В.* Русский авангард 1920-х гг. и искусство предметного мира: диссертация кандидата искусствоведения: 17.00.04. М., 2003. С. 148.

3. Императорский фарфоровый завод — Ломоносовский фарфоровый завод [Электронный ресурс]. URL: <https://antikfront.wixsite.com/antikfront/--1> (дата обращения: 31.08.2019).

4. *Кудрявцева Т.В.* Императорский фарфоровый завод в Петербурге в 1880–1910-х годах и его роль в развитии нового стиля в русском фарфоре. Диссертация кандидата искусствоведения [Место защиты: Ленинград], 1984. С. 50–64.

5. *Сиповская Н.В.* Фарфор в русской художественной культуре XVIII века: диссертация ... доктора искусствоведения: 17.00.04 / Сиповская Наталия Владимировна; [Место защиты: Гос. ин-т искусствознания]. М., 2010. С. 374.

6. *Суворова А.А., Волкодаева И.Б.* Монументально-декоративный фарфор в современном интерьере // Всероссийская научная конференция молодых исследователей «Дизайн и искусство — стратегия проектной культуры XXI века» (ДИСК-2016). СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ. Ч. 2. Российский Государственный Университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Москва, 2016. С. 58–60.

7. *Суворова А.А., Волкодаева И.Б.* Особенности и отличительные черты монументально-декоративного фарфора // XI международной научно-практической конференции «Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований». North Charleston, USA. Т. 2. 2017. С. 28–30.

8. *Швидковский Д.О.* Восток — Запад в архитектуре эпохи Просвещения. Шинуазри // Архив архитектуры. Вып. 1. М., 1992. С. 38–49.

9. *Huang H.* China's china: Jingdezhen porcelain and the production of art in the nineteenth century. California, San Diego: University of California, 2008. С. 141–196.