



Кружевники

В 1252 г. на дипломатической встрече с королём Венгерским князь Даниил Галицкий был в одежде, «ошитой кружевами». Ипатьевская летопись, в которой впервые на Руси встречается это слово — «кружево», уводит нас в седую древность.

с. 11

Однако существование кружева как самостоятельного декоративного элемента началось лишь два с половиной века спустя, когда оно отделилось от тканой основы и стало ажурным орнаментом. Сначала кружева вышивались иглой по нарисованному на бумаге узору; позднее их стали плести на коклюшках — растущий спрос заставлял искать пути повышения производительности.

Ещё столетие спустя начал распространяться гипюр — кружево, элементы которого соединены между собой тонкими связками. Это придаёт узору легко прослеживаемую симметрию и строгий ритм, присущие орнаментам Ренессанса.

Отличаясь «мужественностью» — крупным рисунком и чётко выраженным рельефом, первые гипюры сопутствовали мужскому костюму — от жабо до сапог. И лишь к концу XVII в., сделавшись воздушнее и мельче по рисунку, гипюр обрёл право стать украшением преимущественно женского наряда.

В России производство кружев получило официальное признание только в 1872 г., когда они впервые были представлены на Политехнической выставке в Москве. С этого времени и начинается, собственно, история кружев как отдельной отрасли кустарной промышленности, хотя само производство, конечно, намного старше.

Интересные материалы по истории кружевного дела в Переславском уезде сохранились в местном Художественно-краеведческом музее. Издавна крестьянки этого уезда славились своим искусством вышивки — даже оброк сдавали вышитыми полотенцами, скатертями, подзорами. Лучшие мастерицы работали в помещичьих мастерских. После отмены крепостного права эти мастерские прекращают своё существование. Ручная вышивка становится промыслом, и наряду с вышивальными мануфактурами начинают появляться первые «фабрики механической вышивки». Незадолго до Революции почти все эти предприятия, а также довольно большая бумагокрасильная фабрика, расположенная на берегу Трубежа (близость реки была необходима по технологическим причинам), стали собственностью одного хозяина — купца и промышленника А. Гольмберга. Он переоборудовал бумагокрасильню в крупную фабрику для производства кружев и галантерейного товара из сурового полотна. В 1918 году фабрика была национализирована и получила своё нынешнее название «Новый мир». В основном здесь выпускалось метровое шитьё — ажурная вышивка на полотне и батисте для отделки белья и верхнего платья.

Значительные изменения наступили после Великой Отечественной войны. В 50-х годах ручные вышивальные машины были заменены автоматами. Наряду с шитьём на батисте фабрика стала выпускать цветные кружева на капроне и — впервые в нашей стране — рельефный гипюр. Это накладывает на неё особую ответственность: фабрика должна задавать тон не только в узко профессиональном плане, выпуская отличные по качеству шитьё и гипюр, но и в более широком смысле — активно включаясь в работу над формированием современной моды. Это предполагает наличие своеобразного «почерка» у фабрики или, другими словами, её творческого лица. Справляется ли фабрика с этой ролью? К сожалению, на этот вопрос пока нельзя ответить положительно.

с. 12

*Савицкая, В. Кружевники / В. Савицкая, Л. Кельман // Декоративное искусство СССР. — 1969. — Февраль. — С. 11—15.

В сокращении: Савицкая, В. Кружевники / В. Савицкая, Л. Кельман // Коммунар. — 1969. — 28 марта. — С. 3.

В октябре прошлого года в Моздоке (Северная Осетия) проходил художественно-технический совет ВИАЛегпрома.

Вот тема одного из докладов: «О потребительском спросе на отделочные и вышитые изделия». Здесь уместно привести цифры — их будет всего две, — которые дадут возможность почувствовать «соотношение сил» в этой отрасли лёгкой промышленности.

Вот эти цифры: «Новый мир», единственная на весь Советский Союз специализированная фабрика художественной вышивки, вырабатывает 58 тысяч метров гипюра в год; потребность в нём — только по заявкам смежников и торгующих организаций, то есть потребность, так сказать, более или менее осознанная, — ещё на 5 таких фабрик. Как видим, соотношение сил явно не в пользу потребителя. Но можно ли говорить о творческом «лице» фабрики, если её продукция — капля в море потребительского спроса? И вообще, может ли фабрика иметь творческое лицо? Казалось бы, сама постановка такого вопроса должна вызывать недоумение, если речь идёт о предприятии художественной промышленности: не только может — обязана. Вспомним фаянс Конакова, стекло Гуся-Хрустального, фарфор Дулёва, ситцы Трёхгорки. Творческое лицо такого предприятия определяют многие факторы. Это — профессиональные традиции, позволяющие творить по законам красоты и технологии. Это — своеобразие творческого почерка автора-коллектива, складывающееся из многоликости творческих индивидуальностей художников, работающих на фабрике. Это, наконец, ум и талант главного художника фабрики, определяющего направление работы в целом, короче, художники такого предприятия выступают как творческий коллектив, энергия которого должна не только влиять на экономику и технологию в пределах своей фабрики, но иногда воздействовать и на развитие отрасли промышленности в целом.

Эти общие рассуждения понадобились нам для того, чтобы попробовать разобраться в конкретной деятельности фабрики, которая является уникальной — поскольку она пока единственная. Фабрика располагает превосходным импортным оборудованием, которое в состоянии выполнить по заданной художником и мастером-насекальщиком (плунжеристом) программе рисунок любой сложности. Главный художник фабрики Юрий Лукьянов, автор большей части рисунков, — человек бесспорно талантливый и со вкусом; и, что тоже очень важно, увлечённый, «болеющий» за свою работу. Интересные рисунки делает и второй художник — Евдокия Петрунина. И те, кто воплощает в материале эти рисунки, — тоже первоклассные специалисты, отличные мастера своего дела. Словом, на фабрике есть всё, кроме... творческого лица. Так в чём же дело?

Беседа с художниками фабрики кое-что прояснила. Они хорошо представляют себе, какие у них большие возможности для формирования творческого лица. Это, прежде всего, специализация на гипюре.

Но эта возможность, к сожалению, только теоретическая, ибо здесь начинают действовать пресловутые производственные ножницы. В творческом плане — да, великолепно. Аппликации и прочий приклад становятся достоянием истории, фабрика превращается в полностью специализированное предприятие, художники получают возможность формировать «лицо».

Но, кроме творческого, существует производственный план. А он-то как раз и есть главное — пишем это без всякой иронии — действующее лицо на любом предприятии. Фабрика художественной вышивки не составляет в этом смысле исключения. Производственный план — это барометр, предсказывающий производственную погоду, и он — тормоз, потому что гипюр более трудоёмок, чем аппликации и прочий приклад, а значит, как в простой дроби: знаменатель больше — рентабельность меньше. Но меньше рентабельность — и стрелка барометра вздрагивает где-то в секторе «пасмурно», а до «бури» допускать уже никак нельзя. Да и не позволят. И резона нет позволять: спрос-то огромный. Так что быть пока гипюру на отведённых ему двух машинах.

Правда, творческие поиски можно вести и на других путях. Например, вырабатывать на тех же машинах другой гипюр, с более крупным рисунком — это отличные возможности для поисков. Но опять: крупный рисунок — значит увеличение расстояния между иглами, значит — уменьшение производительности. А дальше та же цепочка.

Есть ещё одна дорога: перераспределение загрузки между предприятиями Управления текстильно-галантерейной промышленности, освобождение «Нового мира» от аппликаций и прочего приклада, полная специализация фабрики. Но и эта дорога пока перекрыта.

Так что же — конфликтная ситуация? Не совсем так. Зарубежные коллеги «Нового мира» освоили чудо-ткань — виол — водорастворимую основу гипюра. Применяемые у нас натуральные шёлковые ткани газ-шифон и эксцельсиор растворяются только в щёлочи. Новая

основа дешевле, обработка её проще — значит, тоже дешевле. Плюс на плюс... Но нет виоло. Нет и тонкой, эластичной, прочной нити. Производство пряжи сейчас централизовано — его перебазировали из Вышнего Волочка, Барнаула и Энгельса в Киев. Киев — это хорошо. Но пряжа пока хуже, чем была.

Можно, наконец, форсировать давно ведущееся строительство фабрики, стремительно расширить производство и таким образом «полнее удовлетворять возросшие...» Но Министерство строительства СССР отказалось заниматься этим объектом, а хозяйственный способ, которым ведёт строительство Минлегпром РСФСР, — все мы знаем, что это такое: улита едет...

И найдено решение вопроса: швейцарские и японские машины, которые пока негде ставить, кроме как во дворе, передаются на предприятия-смежники. Но это неминуемо повлечёт новую проблему — проблему кадров: можно ли удержать специалистов в тихом захолустном Пере- славле, когда предполагается открыть фабрики в Москве, Ленинграде, Риге? А плунжерист — специальность сложнейшая, и даже на поммастера не так-то просто выучиться.

Есть и другие сложности. Для того, чтобы перераспределение загрузки обрело смысл, необходимо наладить выпуск гипюра высшего качества. Гипюр должен быть тонким, мягким, разнообразных рисунков и расцветок, а полотнище должно быть достаточно широким, чтобы его можно было использовать для раскроя любой модели.

Итак, гипюр должен завтра стать таким. Что же имеется в распоряжении художника сегодня?

Само слово (гипюр в переводе означает «воздушная вышивка») предполагает материал очень тонкий и богатый по фактуре. Поэтому особое значение приобретает качество пряжи. Некогда знаменитые в Европе гипюры — венецианский (XVI в.) и брюссельский (XVII в.) изготовлялись из льняной пряжи, приготовленной особым способом. Прославленная брабантская пряжа делалась из льна, который месяцами выдерживали в тёмных сырых подвалах — для мягкости и прочности, а прясть её доверяли только нежным и искусным девичьим пальцам. Кстати сказать, именно брабантскую пряжу наряду с шёлком ввозили в Россию ещё в XVIII веке для знаменитых русских кружевниц. Можно предполагать, что механическая обработка льна при помощи современных машин позволит добиться не худших результатов в производстве пряжи, а кроме того, наверняка должны найтись и другие, более современные материалы, которые позволят получать пряжу необходимой толщины и мягкости.

Между тем, наш гипюр, изготовляемый из хлопчатобумажной пряжи одной толщины, настолько жёсткий и грубый, что годится разве что на украшение мужских сапог — но это было уже криком моды... в средние века. С качеством пряжи неразрывно связана ещё одна проблема, которую стремятся решить художники фабрики — проблема цвета в гипюре. Пока что это остаётся голубой мечтой, хотя в зарубежной практике эта проблема давно решена, так же как и другие — ширины полотнища, например. За границей она достигает 85—90 см, и, вероятно, следовало бы перенести опыт аналогичных предприятий ГДР, Австрии, Швейцарии, Японии, ФРГ на нашу почву.

Только в том случае, если все проблемы технологии производства будут решены, они перестанут связывать руки художникам и позволят им обратиться к решению сугубо творческих задач — к работе над рисунком и ассортиментом. Сложно, да, пожалуй, и не нужно давать рецепты художникам — найти творческое лицо фабрики предстоит им самим в процессе практической работы. Однако хотелось бы высказать соображения, которые могут быть полезны.

Прежде всего — об использовании исторического опыта, к которому они, несомненно, обратятся в своей дальнейшей работе. Вряд ли сейчас есть смысл вновь упоминать о том, что традиции — не мёртвая схема, а руководство к действию. Поэтому нам хотелось бы лишь напомнить о том, что именно сегодня, когда увлечение национальными традициями стало всеобщим, как никогда, необходимо тщательное изучение их. И трактовка должна быть значительно глубже, и шире, и тоньше. Главное же — уметь видеть своё, национальное как своеобразный, но равноправный компонент мировой культуры. Тогда удастся избежать унылой точности механического копирования ручного кружева — будь то шитый иглой венецианский гипюр или русское кружево, плетёное на коклюшках. Тогда откроется художнику в усложнённости ренессансной композиции рельефного гипюра Венеции — неисчерпаемость фантазии и богатство фактуры; в барочной пышности кружев и гипюра Брюсселя — точность и мастерство линейного рисунка; в русском кружеве — живописность. Русские мастерицы искусно сочетали разные материалы — чуть отбеленный лён, цветной шёлк, золотые или серебряные нити, иногда вкрапывали и жемчуг. Вариации неисчислимы, игра фактур бесконечно разнообразна, колористические эффекты — самые изысканные. И таких «открытий» художникам предстоит сделать множество.

с. 14

с. 15

Говоря о формировании творческого лица фабрики, необходимо коснуться ещё одного важного вопроса — экспериментальной работы художника над ассортиментом. Пожалуй, наиболее точную формулировку решения этой задачи нашла директор Московского СХКБ А. Левашова, предложив в своей статье «Для праздников и будней»¹ «организовать трёхступенчатую структуру производства в художественной промышленности». Эта структура предполагает работу художника над уникальными вещами (творческий эксперимент), над малыми сериями (определение спроса), наконец, над эталонами для большого тиража (массовый выпуск с вариантами образцов). Думается, при таком методе работы перед художниками фабрики должны открыться отличные перспективы. Необходимо лишь постоянно поддерживать связь с предприятиями швейной, трикотажной, галантерейной, обувной промышленности. Тогда можно будет решать стоящую перед кружевниками задачу комплексно.

Задумывая рисунок гипюра для уникального туалета коллекции Дома моделей, художник должен видеть его как вариации одной темы в едином ансамбле, скажем: пальто, платье, сумка, шляпа, перчатки, туфли. Это будет изысканно, дорого и, может быть, сложно по технологии. В малой серии может решаться менее сложная эстетически и технически задача — при соответствующем снижении стоимости. И, наконец, в большой тираж пойдут рисунки, красота и изящество которых могут быть вполне доступны массовому производству, а цена комплекта — массовому покупателю.

Но для того, чтобы осуществить этот простой и сложный план, нужна энергия. Много энергии. И оптимизма. Поэтому нам хотелось бы закончить словами из цитированной уже статьи: «Художник должен быть главным режиссёром предприятия, как режиссёр театра. Именно ему, художнику-руководителю, определять художественную политику предприятия, ставить и решать эстетические и экономические задачи».

¹Левашова, А. Для праздников и будней / А. Левашова // Неделя. — 1968. — № 48.