

Максяшин Александр Семенович

К ВОПРОСУ О ХАРАКТЕРЕ И КАЧЕСТВЕ ИЗДЕЛИЙ НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ

В статье рассматривается вопрос о характере и качестве изделия народных художественных промыслов. В этой связи особое внимание обращается на сувенирную продукцию. Автор обосновывает положение о том, что рукотворные художественные изделия необходимо подвергать более тщательному отбору на основе соблюдения региональных историко-культурных традиций.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/10-1/26.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 10 (48): в 3-х ч. Ч. I. С. 102-104. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/10-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

УДК 37

Искусствоведение

В статье рассматривается вопрос о характере и качестве изделия народных художественных промыслов. В этой связи особое внимание обращается на сувенирную продукцию. Автор обосновывает положение о том, что рукотворные художественные изделия необходимо подвергать более тщательному отбору на основе соблюдения региональных историко-культурных традиций.

Ключевые слова и фразы: характер и качество; народные художественные промыслы; традиция; декоративность; сувенир.

Максяшин Александр Семенович, к. пед. н., доцент
Российский государственный профессионально-педагогический университет
maxiashin@yandex.ru

**К ВОПРОСУ О ХАРАКТЕРЕ И КАЧЕСТВЕ ИЗДЕЛИЙ
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ®**

Под современным лозунгом «Восстановим утраченные традиции в народном искусстве!» забываются важные вопросы характера и качества художественных изделий, которые принято рассматривать как совокупность существенных свойств и особенностей отдельно взятого изделия, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. Качество выступает комплексным показателем, объединяя в себе функционально-технические, эстетические и потребительские свойства товара. Объективная и общая характеристика качества, совокупность свойств и мера полезности предназначены для удовлетворения общественных и личностных потребностей. Качество относится к числу важнейших показателей деятельности любого производителя и влияет на его успех в условиях рынка. Современная рыночная экономика постоянно предъявляет новые требования к качеству выпускаемой продукции, и оценка качества зависит от сравнения совокупности свойств с определенным эталоном (образцом), понимаемым как «уровень качества» в определенный период времени.

Характеристика качества определяется композиционно-пластическим и колористическим строем, формой выражения красоты, которые способствуют усилению эмоционально-выразительной и художественно-организующей роли всего изделия [1, с. 49]. Поэтому термин «декоративный» всегда указывал на функцию украшения и непосредственную связь с композицией. Один из ведущих теоретиков и практиков изобразительного искусства В. С. Щербаков отмечал, что «сама композиция требует декоративности, иначе не будет разумной, целесообразной организованности, дающей возможность бесконечно углубляться в рассмотрение цветовых явлений, не потеряв целого» [5, с. 58]. Декоративность является качественной особенностью и определяет композиционно-пластическим и колористическим строем, формой выражения красоты, которые способствуют усилению эмоционально-выразительной и художественно-организующей роли всего изделия. В процессе своего развития сложились определенные законы декоративной композиции (целостность, пропорции, симметрия, ритм и главный центр) и правила (масштабность, целостность формы изделия, гармоничность, соразмерность частей), к которым необходимо постоянно обращаться в процессе раскрытия замысла и изготовления изделий. Эти вопросы были в центре внимания деятелей культуры и искусства рубежа XIX-XX веков. Художник Р. Ф. Вильде, много сил отдавший разработке уникальных изделий Императорского фарфорового завода, особо подчеркивал, что «при исполнении работ декоративного характера надлежит исходить из предмета, который он украшает... В зависимости от предмета надлежит выбрать сюжет для декорации... От формы зависит композиция, зависит гамма цветов... Между целью предмета и декорацией должна быть гармония... Необходимо, чтобы со всякой точки зрения декоративная обработка была интересна» [4, с. 396-397].

Всем этим требованиям и должны отвечать художественные изделия, важным фактором уровня качества которых является эстетический показатель, характеризующий их композиционное совершенство: рациональность форм, надежность, сочетание цвета, стабильность товарного вида изделия, стиль и приемлемое ценообразование (именно с ценой связан вопрос экономически рационального качества).

Сложившаяся ситуация вызывает особую тревогу: товары без сертификата качества или без личного знака мастера изготавливаются с нарушением всех технологий и не контролируются государством, что приводит к дискредитации отечественных народных художественных промыслов. Жизненная необходимость и суровые законы рынка постоянно диктуют мастерам свои условия, которые не особо заботятся о сохранении лучших традиций. Известный археолог, этнограф, историк, географ, экономист и краевед Урала И. Я. Кривошеков еще в начале XX века отмечал: «Производство железных изделий в техническом и качественном отношении не улучшается, скорее ухудшается. Причиной этому служила экономическая зависимость мелких кустарей от заказчиков-фабрикантов. Вследствие невыгодных условий сбыта, дороговизны материала, а также вследствие низкой оплаты за труд, кустари уже не гонятся за улучшением техники производства, а стараются только приготовить возможно большее количество изделий и употребляют в дело материал худшего качества, т.к. хорошее железо считается уже дорогим и для дела покупается исключительно бракованное железо, и притом брак худшего качества. Краски употребляются дешевые. Цветы пишутся аляповато и грубо, поражают более яркостью

красок, чем чистотой отделки, поэтому, например, Тагильский поднос идет преимущественно в Сибирь и не может конкурировать с Московскими, хотя последний в 1,5 раза дороже Тагильского» [2, с. 594-595].

В 1970-80-е годы проблемные вопросы характера и качества художественных изделий постоянно находились в центре особого внимания исследователей народного искусства и любая низкопробная художественная продукция подвергалась критике. Причина тому – Управление художественными промыслами всю свою рабочую энергию переключало с традиционных промыслов на создание новых производств и не препятствовало выпуску различных подделок ради пресловутых валовых показателей [3, с. 5]. Но это было особое время – время увлечения скорейшим восстановлением утраченных некогда позиций в различных сферах творческой деятельности, поисков традиционных стилевых особенностей и... пресловутых плановых показателей. Постановление ЦК КПСС «О народных художественных промыслах» (1974 г.) способствовало активизации и восстановлению некогда утраченных позиций в народном искусстве. Но заполнявшие рынки сбыта копированные классические (чаще всего станковые) произведения искусства, неумело перенесенные в декоративные формы изделий, искажали представления об истинно традиционных художественных промыслах и ремеслах страны. И такого рода подражания чуждым (нетрадиционным) направлениям назывались «пародиями», которые вытесняли подлинно народное художественное творчество. Вся ответственность за характер и качество создаваемой художественной продукции лежит на производителе, который свободен в выборе путей своего развития и сбыта продукции. Производитель порой не задумывается над сохранением традиционных основ. Невысокое исполнительское мастерство производителя в определенной мере негативно влияет на сознание покупателя, формируя, в свою очередь, у него такое же художественно-эстетическое мировоззрение. Это связано как с непониманием (а порой и просто игнорированием) историко-культурных и художественных традиций, так и невысоким художественно-эстетическим вкусом исполнителей. Все это вместе взятое влияет на характер и качество художественных изделий.

В создании качественных изделий, как свидетельствует практика, особую роль играет принцип коллективного начала, применяемый в крупных промысловых организациях, где разрабатываются традиционные изделия, осуществляется поиск новых форм и элементов декора. В результате апробаций инновационные разработки приживаются и становятся общим достоянием коллектива. Поэтому чувство развитого коллективизма является важным фактором выпуска качественных изделий.

Нельзя бездумно возрождать (а тем более сохранять) народные художественные промыслы, опираясь на некачественную продукцию, которая оставляет разрушительный след в деятельности того или иного промысла. Возрождение и сохранение должно идти по пути приращения традиций на каждом новом витке спирали развития общества. Подлинное традиционное всегда органично сочетает в себе традиционное и современное, старое и новое, что утверждается самой практикой развития народных художественных промыслов, в которых лучше всего и сохраняется традиция. В этой связи исследователь народного искусства М. А. Некрасова отмечает: «Традиция в народном искусстве есть факт его природы, его творческой структуры, художественной системы и поэтики, и потому новизна неотделима от традиции. Это крепкая диалектическая связь, включающая морально-этические, эстетические предательства народа, народное чувство мира в глубинном измерении культуры и времени – то, что можно определить коротким словом – память» [Там же]. Низкопробному «искусству», сравнить которое можно лишь с «примитивом», необходимо поставить заслон. Такое направление для подлинно народного художественного творчества чуждо. Создавать художественные изделия, обеспечивая их высокий уровень потребительских свойств и эстетических качеств на основе сложившихся традиций в соответствии с требованиями времени, на основе сравнительного анализа аналогичной художественной продукции, – задача не простая. Необходимо стремиться к тому, чтобы созданный мастером творческий продукт по-настоящему был значимым и высококачественным образцом.

Важно разобраться и с таким художественным продуктом, который часто преподносится в качестве сувенира. Не каждое художественное изделие может быть сувениром. Сувенир – это своеобразная память, воспоминание, презент, своеобразная реликвия. И от точно найденного решения образа сувенира зависит многое. Стоит напомнить, что сувениры подразделяются на «промо-сувенир» (способствующий рекламе и реализации продукции); бизнес-сувенир (способствующий привлечению партнерства и рекламному продвижению продукции); VIP-сувениры (способствующие взаимосвязям с особо значимыми лицами) – эксклюзив. Функции сувенира как носителя памяти и смысловой нагрузки выступают как креативная, просветительская (информативная), духовно-ценностная, актуализирующая. Сувенир – это своего рода носитель рекламы, подарок, вознаграждение за определенное действие, фиксатор деловых и партнерских отношений, носитель духовно-целостной и содержательной составляющей. Изготовителям сувениров необходимо соблюдать требования, которым они должны отвечать: уникальность, универсальность, неповторимость, привлекательность, художественно-эстетическая ценность, высокое качество, своеобразие отражения темы, узнаваемость и наличие усвоенных смыслов, способность к активизации памяти, культура подачи, эстетическая выразительность и эргономичность, сопровождение изображения текстом, оптимальная цена. К сожалению, сувенирная продукция часто не отвечает этим требованиям.

Какой вывод напрашивается? Проблема характера и качества художественных изделий может быть решена за счет осознания всей важности рассматриваемых проблем. Инструментом конкурентоспособности художественной (а вместе с ней и сувенирной) продукции должны стать координация деятельности мастеров и осуществление контроля качества. Необходим постоянный обмен опытом в области создаваемой художественной продукции посредством проведения выставок-конкурсов профессионального мастерства, без чего художественные приемы деградируют, а творческая личность превращается в механического исполнителя. По меткому выражению М. А. Некрасовой, «настоящий мастер – носитель традиции, это особая человеческая личность большой культурной ценности» [Там же].

Список литературы

1. Вишневская В. М., Каплан Н. И., Буданов С. М. Русская народная резьба и роспись по дереву. М.: КОИЗ, 1956. 258 с.
2. Кривошеков И. Я. Словарь Верхотурского уезда Пермской губернии. Пермь: Электротипография губерн. земства, 1910. 882 с.
3. Некрасова М. Подделки «под Хохлому» // Советская Россия. 1986. 9 апреля.
4. Русская художественная культура конца XIX – начала XX века (1908-1917): в 4-х кн. М.: Изд-во «Наука», 1980. Кн. 4. 495 с.
5. Щербаков В. С. Изобразительное искусство: обучение и творчество: проблемы руководства изобразительным творчеством детей. М.: Просвещение, 1969. 271 с.

ON THE ISSUE OF TYPE AND QUALITY OF POPULAR ARTISTIC HANDICRAFTS

Maksyashin Aleksandr Semenovich, Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor
Russian State Vocational Pedagogical University
maksyashin@yandex.ru

In the article the issue about the type and quality of an item of popular artistic handicrafts is considered. In this connection special attention is paid to souvenir products. The author grounds the proposition that artistic handicrafts should be more carefully selected on the basis of the observance of regional historical and cultural traditions.

Key words and phrases: type and quality; popular artistic handicrafts; tradition; ornamentality; souvenir.

УДК 908

Исторические науки и археология

В данной статье анализируется проблема уровня дохода сельского населения от колхозной торговли в 1930-е гг. Сделан вывод о том, что продажа собственной продукции на колхозном рынке являлась одним из основных источников доходов сельского населения. Доля прибыли от колхозной торговли в структуре дохода крестьянской семьи зависела от ряда факторов: обеспеченности товарными ресурсами населения региона, уровня розничных цен в государственной и кооперативной торговле, степени приближенности сельского поселения к городскому рынку.

Ключевые слова и фразы: колхозная торговля; доходы сельского населения; торговля; Сибирь; личное подсобное хозяйство.

Мариненко Людмила Евгеньевна, к.и.н., доцент
Сибирский федеральный университет
velichinskaya.lyudmila@mail.ru

КОЛХОЗНАЯ ТОРГОВЛЯ КАК ИСТОЧНИК ДОХОДОВ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ В 1930-Е ГГ.®

Изменение модели экономического развития и переход к форсированной индустриализации в СССР в конце 1920-х гг. привели к продовольственному кризису. В условиях ограниченности товарных ресурсов партийная элита при помощи карточной системы пыталась наладить стабильное снабжение продуктами питания и товарами той части населения, которая вносила вклад в дело наращивания промышленного потенциала страны. Однако реализация поставленной задачи была сопряжена с рядом проблем. На протяжении 1930-х гг. страна пережила голод, несколько кризисов снабжения.

Советское правительство в целях насыщения потребительского рынка сельскохозяйственной продукцией и создания материальной заинтересованности крестьян в расширении сельскохозяйственного производства выпустило в мае 1932 г. постановление «О порядке производства торговли колхозов, колхозников и трудящихся единоличных крестьян и уменьшении налога на торговлю сельскохозяйственными продуктами». Постановление отменяло все существующие республиканские и местные налоги с торговли колхозов, колхозников и единоличников. Колхозная торговля должна была осуществляться по свободно складывавшимся на рынке ценам. Доходы от торговли колхозов и колхозников не облагались налогом, а единоличники должны были уплатить 30% от полученной прибыли [13, с. 388-389].

В целом по стране цены колхозных рынков превышали государственные закупочные по зерновым культурам в 30 раз, а по продуктам животноводства – в 6-10 раз [4, с. 96-97]. Очевидно, что крестьянам было более выгодно продавать свою продукцию на рынке. Чтобы избежать сокращения государственных заготовок, правительство ввело ограничение: крестьяне могли продавать свою продукцию на колхозном рынке лишь после выполнения плана обязательных сельскохозяйственных поставок государству. В архивах Красноярского края