

Осипова Мария Андреевна

ФИРМЫ "БОЛИН" И "ФАБЕРЖЕ"

Целью данной статьи является сравнительный анализ двух крупнейших ювелирных фирм, работавших в Санкт-Петербурге в конце XIX столетия, чьи изделия часто встречаются на антикварном рынке. Сравнение основано на таких показателях как производимый ассортимент, клиентура, используемые материалы, стилистика ювелирных изделий и т.д. Таким образом, можно сделать выводы относительно того, были ли две указанные фирмы конкурирующими предприятиями, а также каким образом осуществлялась взаимосвязь между ними.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2015/8-1/35.html

Источник

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

Тамбов: Грамота, 2015. № 8 (58): в 3-х ч. Ч. I. С. 133-135. ISSN 1997-292X.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2015/8-1/

© 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

INFLUENCE OF NETWORK STRUCTURE ON ELECTORAL BEHAVIOUR OF THE INDIVIDUAL

Ovsyankina Alina Vital'evna
Lomonosov Moscow State University
aovsyankina@gmail.com

The article analyzes foreign studies considering the influence of network structure on the electoral behaviour of the individual, and also indicates the potential of studying electoral behaviour using network approach to Russia. Basing on the analyzed studies, the author comes to the conclusion about the importance of studying the influence of network structure on voting process, and also indicates the potential of the analysis of network structure as an actual methodology of studying the electoral behaviour of the individual in Russia. The potential of network approach also allows speaking about the use of its methodology in studying the common in our country networks of elites, political leadership, modeling of political processes, as well as the analysis of policy making in Russia.

Key words and phrases: network approach; social network; political network; political behaviour; electoral behaviour; turnout cascade; modeling of political processes; model of the small world; effect of the small world.

УДК 745/749

Искусствоведение

Целью данной статьи является сравнительный анализ двух крупнейших ювелирных фирм, работавших в Санкт-Петербурге в конце XIX столетия, чьи изделия часто встречаются на антикварном рынке. Сравнение основано на таких показателях как производимый ассортимент, клиентура, используемые материалы, стилистика ювелирных изделий и т.д. Таким образом, можно сделать выводы относительно того, были ли две указанные фирмы конкурирующими предприятиями, а также каким образом осуществлялась взаимосвязь между ними.

Ключевые слова и фразы: искусствоведение; Фаберже; ювелирное искусство; Болин; драгоценные камни.

Осипова Мария Андреевна

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов
osmand@inbox.ru

ФИРМЫ «БОЛИН» И «ФАБЕРЖЕ»[©]

Говоря о ювелирном искусстве XIX столетия, нельзя не упомянуть фирму Карла Фаберже, которая прочно занимала лидирующие позиции среди прочих ювелирных компаний. Фирма «Болин», существовавшая в Санкт-Петербурге, известна скорее специалистам, нежели широкой публике. Тем не менее, произведения Болинов заслуживают не меньшего внимания, нежели работы более известного современника. Для того чтобы яснее ощутить специфику деятельности этих ювелирных компаний, стоит провести сравнительный анализ фирм «Болин» и «Фаберже». Обратим внимание, что сравнивать две этих ювелирных компании становится возможным только с 1885 года. Дело в том, что в этом году Карл Фаберже получает звание Поставщика Императорского Двора, а в 1890 г. – звание оценщика Кабинета, тогда, как стоявший у истоков фирмы «Болин» Карл-Эдуард был удостоен подобного звания ещё в 1861 году. Таким образом, в этот период по статусу, по количеству регалий сравнительно молодая фирма Фаберже сравнивается с компанией Болинов, история которой восходит к концу XVIII столетия.

Прежде всего, стоит обратиться к производимому ассортименту. Наряду со знаменитыми пасхальными яйцами фирмой «Фаберже» создавались предметы, рассчитанные на более широкие слои населения: рамки для фотографий, портсигары, шкатулки, предметы туалета, драгоценная галантерея. Знаменитые *objects de fantaisie* (от фр. «фантазийные предметы») становятся одним из так называемых брендов фирмы. Причудливые фигурки животных, народных персонажей, выполненные из полудрагоценных камней, а также миниатюрные цветочки в вазочках, чарочки и прочие драгоценные мелочи действительно выгодно отличают и выделяют фирму среди других ювелирных компаний того времени. Изделия данного рода высоко ценились как членами императорской семьи, так и Великими князьями. Таким образом, ни одна ювелирная фирма, в том числе фирма «Болин», не могла составить конкуренции Фаберже в данной сфере ювелирного искусства. Компания Фаберже, так же, как и ювелиры Болины, создавала ювелирные украшения: броши, запонки, колье, диадемы, подвески и т.д. Тем не менее, по свидетельству главного художника фирмы «Фаберже» Ф. Бирбаума, именно Болинам поручалось создание части драгоценного приданого по случаю бракосочетания августейших особ [9]. И действительно, Болины специализировались главным образом на ювелирных украшениях, которые создавались в единичном экземпляре нередко по заказу высокопоставленного заказчика. Стоит отметить, что именно заказчики объединяли эти фирмы: обе ювелирные компании поставляли изделия

для Императорского двора, а главы компаний имели статус придворных ювелиров. Безусловно, продукцию таких известных ювелирных фирм приобретали члены императорской семьи, великие князья и представители аристократии. Можно отметить, что фирмы «Болин» и «Фаберже» имели свои «ниши», специализируясь на особом ассортименте ювелирной продукции. Поэтому довольно трудно назвать эти ювелирные компании конкурентами в прямом смысле этого слова, тем более, что известны случаи и совместной деятельности фирм.

Говоря об отделениях обеих фирм в Москве, стоит отметить, что появились филиалы фирмы «Болин» и «Фаберже» абсолютно по-разному, хотя магазины находились на одной и той же улице – Кузнецком мосту. Фирма «Шанкс и Болин» была основана в Москве в 1852 г. Хенриком (Андреем) Болином в 1852 году совместно с партнёром Джеймсом Шанксом [1]. Хенрик Болин был младшим братом Карла-Эдуарда, который возглавлял петербургскую компанию. На протяжении нескольких десятилетий московская и петербургская фирмы Болинов не были связаны друг с другом. И только в 1888 году, после смерти Хенрика московская фирма становится частью петербургской компании. У Фаберже дела обстояли иначе: за собственные деньги Карл Фаберже открывает в Москве магазин в 1887 году, а позже – и серебряную фабрику. Таким образом, московский магазин и мастерские изначально были филиалом фирмы «Фаберже». Компания «Болин» получает московское предприятие только после смерти родственника. И, несмотря на разные способы обретения филиалов в Москве, схожими являются потребители и производимый ассортимент.

Целевой аудиторией московских серебряных фабрик в основном были более широкие слои населения, поэтому московское производство фирмы Болинов и Фаберже было массовым, что абсолютно не влияло на качество производимой продукции. Ассортиментный ряд производимых предметов обеих компаний также очень схож: серебряные сервизы, настольные украшения, оправы для хрусталя. Стоит заметить, что, несмотря на перекрывающий друг друга ассортимент Болинов и Фаберже, ювелирные компании имели своеобразные «бренды», выгодно отличающие их друг от друга и прочих конкурентов.

Еще одним важным аспектом, который стоит рассмотреть при сравнении деятельности фирм «Болин» и «Фаберже», является материал. Даже работая над кабинетскими заказами, компания «Фаберже» прибегала к довольно широкому спектру материалов, начиная от классического золота и заканчивая полудрагоценными камнями: нефритом, родонитом, хрусталём, агатом. У Болинов также встречаются изделия из полудрагоценных камней – нефрита и родонита, – хотя они являются малочисленными. Примером может служить презентационная табакерка с бриллиантовым вензелем Николая II, выполненная из нефрита (Санкт-Петербург, 1908-1917 гг., мастер Н. Черноков. Золото, серебро, бриллианты, алмазы – «розы», нефрит; резьба, выпилка. Санкт-Петербург, музей Фаберже). Наряду с полудрагоценными камнями мастера Фаберже активно прибегали к использованию таких нетрадиционных для ювелирного искусства материалов как пробка, рог, кожа, керамика, дерево и т.д. Среди работ фирмы «Болин» тоже встречаются предметы из дерева, а именно – карельской берёзы, которая нередко использовалась петербургскими ювелирами в силу географических особенностей. Нестандартные материалы в творчестве Болинов были скорее исключением и использовались либо московским отделением, либо для создания кабинетских подарков. Работая на более консервативную петербургскую публику, а уж тем более – императорский двор, фирма «Болин» прибегала к использованию более привычных, классических ювелирных материалов, таких как золото, платина, сапфиры, бриллианты, рубины, изумруды, жемчуг, аметист, т.е. в основном драгоценных камней первой группы. Именно с точки зрения обработки драгоценных камней и их закрепки Болинам не было равных. Одной интересной особенностью ювелирных изделий фирмы «Болин» можно считать использование речного жемчуга асимметричной формы, или так называемых барочных жемчужин. Согласно многочисленным счетам за ювелирные украшения, предоставленным Кабинету Его Императорского Двора, Николай II неоднократно заказывал у Болинов жемчужные украшения для своей супруги [3, с. 92], предпочитавшей этот материал другим. Очевидно, ювелирная компания, в некотором роде, специализировалась на подобных произведениях. Несмотря на тот факт, что работ фирмы сохранилось не так уж много, даже в уцелевших изделиях можно встретить асимметричные жемчужины, которые, пожалуй, не встретить в широчайшем ассортименте фирмы «Фаберже». Стоит отметить, что произведения фирмы «Болин» всегда остаются верны классическим образцам, даже если в основе лежит довольно смелая композиция.

Принимая во внимание, что обе ювелирные фирмы работали в Санкт-Петербурге и носили почётные статусы, характер ювелирных изделий был схожим, поскольку пристрастия августейших заказчиков и Великих князей обуславливали как ассортимент, так и стилистические особенности произведений. Именно поэтому произведения петербургских ювелирных компаний отличались изысканным дизайном, иногда весьма консервативным, при этом ориентиром была избрана Франция, на которую длительное время равнялись русские ювелиры. Как и Фаберже, фирма Болинов обращалась к так называемым стилям Людовиков, однако, невзирая на схожую порой стилистику, существует и ряд особенностей, отличающих работы ювелирной компании «Болин».

Одной из характерных черт ювелирных изделий фирмы «Болин» является наличие асимметричных жемчужин неправильной формы, о которых уже упоминалось ранее. Также стоит отметить не только сам факт использования жемчужин подобного рода, но и особое отношение Болинов к драгоценному камню. Ювелирные украшения фирмы «Болин» в основном нацелены на раскрытие красоты самоцвета. Ювелирное изделие как бы вырастает вокруг камня, создавая лишь изящную и лёгкую оправу, подчёркивающую насыщенный оттенок и удивительную чистоту самоцвета. Характерной чертой становится и контрастное сочетание оттенков драгоценных камней. Так, довольно часто встречается сочетание насыщенно синих сапфиров, рубинов глубокого цвета и изумрудов с сияющими бриллиантами. Кроме того, использование контрастных сочетаний не только цветов камня, но и других материалов и фактур отличает произведения Болинов.

Подобное явление можно наблюдать как в ювелирных изделиях, так и в камнерезных работах. Произведения Фаберже являются сдержанными по цвету, т.к. предпочтение обычно отдавалось камням с довольно нежными оттенками: аквамарину, розовым бриллиантам, бриллиантам и т.д. И акцент в произведениях компании, как правило, делается на оригинальный дизайн или же необычный технический приём, а драгоценному камню, в основном, скромных размеров, отводится второстепенная роль, роль украшения предмета. Контраст и смелость в ювелирных изделиях Болинов проявляются не только в сочетании интенсивных цветов, но и в асимметричных композициях. Произведения фирмы «Болин» характеризуются динамичным композиционным построением, в то время как работы Фаберже в большинстве имеют симметричную, строго взвешенную композицию. Как раз этим и объясняется увлечение Болинами модерном, стилем, склонным к асимметрии и обилию красок. В ювелирных изделиях, выполненных фирмой Фаберже, модерн присутствует лишь в весьма смягчённом и сглаженном виде, где практически отсутствуют динамика и контраст.

Ещё одним общим моментом, который сближает фирмы «Болин» и «Фаберже», являются мастера. Одни и те же люди в разные периоды времени работали на рассматриваемые ювелирные фирмы. Так, поляк Артур Янович (Иванович) Миткевич несколько лет проработал на фирму «Болин» и, благодаря хорошим рекомендациям, позже стал старшим мастером московского филиала фирмы К. Фаберже [8]. Московский мастер Константин Эдуардович Линке, в мастерской которого создавали изделия из серебра, работал как на фирму «Болин», так и «Фаберже». И, пожалуй, самым важным моментом можно считать родство главного мастера фирмы К. Фаберже Михаила Перхина с главным мастером фирмы «Болин» Владимиром Финиковым. М. Перхин был женат на дочери В. Финикова. Вероятно, мастерством М. Перхин овладел благодаря своему свёкру. Поэтому сложно сказать, как развивалось бы творчество фирмы «Фаберже» без этого М. Перхина, в мастерской которого было создано 28 из 50 императорских пасхальных яиц.

Таким образом, можно сделать вывод, что сходство произведений фирмы «Болин» и «Фаберже» обусловлено запросами современного общества (в том числе Императора и приближённых), одинаковыми экономическими условиями (филиалы в Москве и Санкт-Петербурге обеих фирм создавали схожий ассортимент из серебра), а также мастерами, которые работали по заказу обеих фирм. Невзирая на сходства, можно выделить и некоторые различия, такие как стилистические предпочтения фирм и характер произведений, выполненных в Санкт-Петербурге. Если так называемым брендом «Фаберже» были ювелирные яйца для Императрицы к Пасхе и ювелирные безделушки, то сильной стороной фирмы «Болин» на протяжении более чем 100 лет были ювелирные украшения, созданные с использованием крупных драгоценных камней и сложных методов закрепки. Подобный сравнительный анализ даёт возможность выделить сильные стороны этих ювелирных компаний, чьё творчество логически развивалось в сложившихся экономических и исторических условиях. Но нельзя однозначно утверждать, кому принадлежало первенство в этой своеобразной конкуренции, поскольку помимо борьбы за императорские заказы существовали и совместно выполненные работы, а также династии ювелиров, которые создавали славу обоим ювелирным фирмам.

Список литературы

1. Бирбаум Ф. П. История фирмы Фаберже. СПб.: Русские самоцветы, 1993. 101 с.
2. Болин К. В. А. Болин. Придворный ювелир. М.: Новый Эрмитаж, 2001. 250 с.
3. Забозлаева Т. Б. Драгоценности в русской культуре XVIII-XX вв. СПб.: Искусство, 2003. 464 с.
4. Зимин И. В. Ювелирные сокровища российского императорского двора. М.: Центрполиграф, 2013. 784 с.
5. Лопато М. Н. Ювелиры старого Петербурга. СПб.: Издательство Государственного Эрмитажа, 2006. 270 с.
6. Мунтян Т. Н. Мир Фаберже. М.: Издательство Государственных Музеев Московского Кремля, 1992. 254 с.
7. Папи С. Сокровища дома Романовых. СПб.: АСТ, 2011. 304 с.
8. Риббинг М. Драгоценности & серебро. СПб., 1996. 230 с.
9. Скурлов В. В. Пасхальное ожерелье [Электронный ресурс]. URL: http://skurlov.blogspot.co.il/2014/09/blog-post_66.html (дата обращения: 10.04.2015).
10. Скурлов В. В. Придворные ювелиры Болины [Электронный ресурс]. URL: http://skurlov.blogspot.de/2011/10/blog-post_1087.html (дата обращения: 02.04.2015).
11. Скурлов В. В. Фаберже и его продолжатели. СПб.: Нева, 1997. 704 с.
12. Скурлов В. В. Фаберже – министр ювелирного искусства. М.: Русь-Олимп, 2006. 240 с.
13. Стоун Д. Ювелирная энциклопедия. СПб.: Кристалл, 2008. 192 с.
14. Тилландер У. Драгоценности императорского Петербурга. СПб.: Лики России, 2013. 296 с.
15. Шаталова И. В. Стили ювелирных украшений. М.: 6 карат, 2004. 154 с.

COMPANIES “BOLIN” AND “FABERGE”

Osipova Mariya Andreevna

*Saint-Petersburg University of the Humanities and Social Sciences
osmand@inbox.ru*

The aim of this article is a comparative analysis of two largest jewelry companies that worked in St. Petersburg at the end of the XIX century, and whose products are often found at the antiques market. The comparison is based on such indicators as manufactured assortment, customers, materials, the style of jewelry, etc. Thus, it is possible to draw conclusions as to whether these two companies were competing ones, as well as how the connection between them was implemented.

Key words and phrases: art criticism; Faberge; jewelry art; Bolin; precious stones.