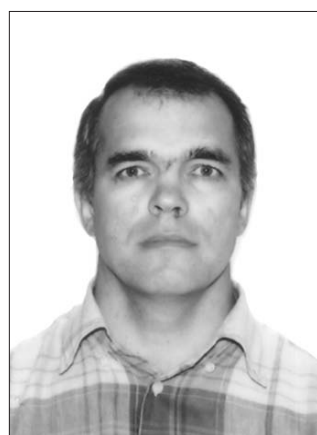




## ЖЕСТЯНАЯ УПАКОВКА ДОРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ



*Марина Леонидовна  
Никифорова, заведующая  
русским отделом*



*Александр Васильевич  
Сакович, старший научный  
сотрудник*

*Архитектурно-этнографический музей «Тальцы», г. Иркутск*

Любая эпоха определяется вещами и в них же отражается. Ненужные и, казалось бы, совершенно бесполезные вещи могут стать бесценным источником информации о прошлом. Одна из главных задач музейных работников — открыть и интерпретировать вещи для посетителей.

В Архитектурно-этнографическом музее «Тальцы» собрана уникальная коллекция жестяных банок, бытовавших в России конца XIX – начала XX века, как в крестьянских домах, так и в домах горожан. Эти интересные предметы, красочно и наглядно характеризующие свою историческую эпоху, наконец стали доступны широкому кругу людей — сотрудниками музея «Тальцы» организована передвижная выставка «Дореволюционная жестяная банка», предназначенная для показа в музеях Иркутской области. Экспонируемые предметы дали возможность рассказать о людях, создавших их, и о том обществе, в котором они могли реализоваться именно таким образом. Первыми выставку увидели жители города Шелехова, ей предстоит побывать в Ангарске, Саянске, Тулуне и других городах и районных центрах области.

Оформлению упаковки в России почти до конца XIX века

уделялось мало внимания. И только бурное развитие легкой и пищевой промышленности, а также возникшая конкуренция российских товаров с европейскими заставили отечественных предпринимателей обратить серьезное внимание на внешний вид упаковочной продукции. Уже тогда покупатель с большим доверием относился к товарам, упакованным в добротные и изящно оформленные коробки, банки и футляры. Таким образом, в России жестяная упаковка, использовавшаяся для оформления различных товаров — кондитерских изделий, чая, парфюмерной продукции и т. п., появилась в 80-х годах XIX века.

В Москве и Петербурге существовал ряд предприятий, специализировавшихся на производстве упаковки из жести, среди них наиболее известны: «Акционерное общество В.В. Бонакер», «Печатня А. Жако и К°», фабричное жестяное издательство торгового дома «Жестянка», хромолитография по жести фабричного торгового товарищества «Н.С. Растеряев», «Фабрика металлических коробок Генерального общества французской ваксы в Москве», «Фабрика металлических коробок и хромолитографии по жести Блигкен и Робинсон



***Выставка «Дореволюционная жестяная банка» в музее истории города Шелехова. 2006 г. Фото Т. Крючковой***



**Фердинанд Теодор фон Эйнем.  
Фото конца XIX в.**

в Санкт-Петербурге» и др. На заказ они изготавливали упаковку для производителей кондитерских изделий, парфюмерии и другой продукции.

Первоначально жестяные упаковочные коробки украшались наклеенными хромолитографированными этикетками (хромолитография — способ печати, при котором рисунок наносится на плоскую поверхность специального камня жирными веществами, а пробельные участки увлажняют и делают таким образом невосприимчивыми к краске). Позднее рисунок и рекламную атрибуцию стали наносить тем же способом, но уже непосредственно на жесть (металлохромия).

Дизайн дореволюционной этикетки был предельно лаконичен и не менялся в течение 10–15 лет. Шрифты и виньетки подчинялись строгим законам симметрии, навеянным классицизмом. Выбор цвета этикетки зависел от моды.

Новая эра в российском промышленном дизайне наступила после активного обращения к этому жанру художников, входивших в объединение «Мир искусства». К. Сомов, М. Добужинский, Н. Ремезов, Л. Бакст, И. Билибин — все они были зачинателями стиля «модерн». Многие из них разрабатывали для известных торговых домов, фирм различные образцы этикеточной рекламной продукции. Особенно ярко модернистское направление прослеживается на примере упаковок, изготовленных по заказу фирм «Товарищество А.И. Абrikосова и сыновей» и «Товарищество Эйнем». Форма, цветовое решение для упаковки чайных печений — белое, красное, черное — создавали яркий образ в сознании потребителя, а пастельные, голубые тона в сочетании с плавностью линий декора и легким, воздушным шрифтом наполняли окружающий мир романтическим ощущением праздника.



**Кондитер Алексей Иванович  
Абрикосов (внук Степана Абрикосова)  
с женой. Фото конца XIX в.**

Внешний вид упаковки и размещенная на ней информация часто подталкивали покупателя к выбору конкретного товара или фирмы. Поэтому, учитывая психологию потребителя, на упаковке изображали торговую марку предприятия, медали, полученные на всероссийских и международных выставках, сообщали о том, что фирма является поставщиком императорского двора, и т. д.

Новаторством в рекламном деле отличались известные кондитерские фабрики. То, что мы сейчас называем «кин-дер-сюрпризом», существовало еще в конце XIX века — на фабрике Абрикосова в коробки вкладывали игрушки для детей, картинки-мозаи-

ки, фотографии, рисунки домашних животных, географические карты разных стран.

Не отставал и Жорж Борман, выпускавший монпансье, на этикетках которого были помещены портреты русских писателей: Гоголя, Достоевского, Толстого — с цитатами из их произведений

На фабрике Эйнема также особое внимание уделялось оформлению сладкого продукта. Рекламу фирме несли театральные программки, наборы-сюрпризы с вложенными в коробку конфет открытками. Для фабрики писал музыку свой композитор, и покупатель вместе с карамелью или шоколадом бесплатно получал ноты «Шоколадного вальса», «Вальса Монпансье» или «Кекс-галоп». Кроме этого эксклюзивные конфеты всегда продавались вместе со специальными аксессуарами — в коробки вкладывались фирменные салфетки и специальные щипчики для конфет.

На выставке, подготовленной сотрудниками музея «Таль-

цы», представлены образцы упаковочной продукции перечисленных компаний. Кроме них продемонстрированы упаковки других известных фирм того времени — «Георг Ландрин», «Торговый дом Леновых», «Торговый дом А. Сју и К<sup>о</sup>» и др., которые после революции были национализированы, но, несмотря на это, не прекратили своего существования и по сей день продолжают выпускать продукцию, сохраняя лучшие традиции прошлого.

Так, кондитерская фабрика «Товарищества Эйнем» в 1922 году была переименована в «Красный Октябрь». Еще несколько лет после этого в скобках всегда добавлялось «Бывш. Эйнем» — настолько велика была популярность торговой марки и ценилось качество изделий.

Известная ныне кондитерская фабрика — АО «Бабаевское» — это преемник «Товарищества А.И. Абрикосова и сыновей в Москве». Фабрика была основана крепостным Степаном Николаевым, за непревзойденное искусство творить сладости из абрикосов получившим прозвище — Абрикосов (в 1814 г. его потомки уже официально носили фамилию Абрикосов-



**Коробка для чайных печений «Товарищества паровой фабрики Эйнем в Москве». Рубеж XIX–XX веков. Жесть, хромолитография. Фото М. Никифоровой, 2006 г.**

вых). Сладости «Товарищества А.И. Абрикосова и сыновей» пользовались в России конца XIX – начала XX века огромным спросом. Призы на промышленных выставках; почетная надпись — «Поставщик Двора Его Императорского Величества», появившаяся с 1890-го на упаковке изделий товарищества, — это признание официальное.

Современная фабрика ОАО «РОТФРОНТ» была основана в 1826 году купцами Леновыми, а история фабрики «Большевик» началась в 1855 году, когда французский предприниматель Адольф Сиу открыл магазин-кондитерскую на Тверской улице в Москве. К концу 90-х годов XIX столетия торговый дом А. Сиу и К<sup>о</sup> производил самый разнообразный ассортимент кондитерских, парфюмерных и писчебумажных изделий, а также имел сеть магазинов в Москве, Петербурге, Киеве и Варшаве. В 1913 году в честь 300-летия Дома Романовых фабрика впервые выпустила печенье «Юбилейное», которое и сегодня остается наиболее популярной маркой печенья в России.

В начале XX века в самом центре торговой Москвы находился кондитерский магазин «Георг Ландрин». Владелец его — новгородский мужик Федор, получивший фамилию от названия речки Ландры, на которой стояла его деревня, вначале торговал леденцами вразнос, а со временем открыл фабрику.



**Коробка к 300-летию Дома Романовых.  
Товарищество кондитерской фабрики Реномэ в Москве.  
Рубеж XIX–XX веков. Жесть, хромолитография.  
Фото М. Никифоровой, 2006 г.**



**Коробка с крышкой «Товарищества А.И. Абрикосова и сыновей», Москва. Рубеж XIX–XX веков. Жесть, хромолитография. Фото Т. Крючковой, 2006 г.**

В книге В.А. Гиляровского «Москва и москвичи» упоминается история Ландрин, который к своей иностранно-новгородской фамилии Ландрин присоединил чисто иностранное имя Георг, видимо, под влиянием имени героя повсеместно известного в России романа, бывшего любимым чтением грамотеев из народа. Разноцветные леденцы без обертки еще после революции долгое время называли «ландрин».

На выставке можно увидеть интересные жестяные банки мало известных теперь кондитерских фабрик, среди них: фабрики братьев Максимовых, А.С. Кудрявцева, И.Л. Динга в Москве. Кроме того, в разных городах России и в том числе Сибири были популярны свои кондитерские фабрики, такие как А.А. Савинова в Самаре (известная и поныне своей карамелью), И.Е. Тихонова, А.И. Белуева, А.И. Селезнева в Томской губернии, Ивана и Анастасии Кочетовых в Нижнем Новгороде. Упаковки этих фабрик не менее интересны по своему оформлению, ведь даже в самых отдаленных городах страны фабриканты старались преподнести свой товар на высшем уровне, заказывая специальную жестяную упаковку в столице, благодаря этому оформление их продукции ни в чем не уступало московскому.

Особый интерес у посетителей выставки вызвала жестяная упаковка, изготовленная по специальному заказу для фабрики



***Коробка первой в Иркутске кондитерской и пряничной фабрики П.И. Гусева. Рубеж XIX–XX веков. Жесть, хромолитография. Фото М. Никифоровой, 2006 г.***

Павла Ивановича Гусева, которая в советское время была известна всем иркутянам как «Иркутская кондитерская фабрика». Сотрудникам музея удалось разыскать фотографии самого купца П.И. Гусева, тех, кто работал на его предприятии, а также изображение на старинной почтовой открытке его магазина, располагавшегося по улице Большая Блиновская (ныне Партизанская).

После революции запасы этикеточной и упаковочной продукции повсеместно уничтожались, поскольку на ней были имена и товарные знаки царского времени. Традиции русского оформительства стали вытесняться новым «революционным» дизайном, который по художественному уровню был ближе к агитплакату, нежели к образцам настоящего декоративно-прикладного искусства. Но это уже, как говорится, другая история.

Благодаря труду и таланту первых российских промышленников, их беспрестанным творческим поискам, а также тем потребителям, которые сохранили для потомков образцы красивых упаковок, мы можем расширить наши представления о прошлом.

Эти предметы старины еще многое могут рассказать будущим исследователям о периоде российской истории, когда «сладкая жизнь» на рубеже XIX–XX веков обещала благополучие и процветание, казалось бы, на долгие-долгие годы.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Гиляровский В.А. Москва и москвичи. — Иркутск, 1986.
2. [www.konfetki.ru](http://www.konfetki.ru)
3. [www.fantir.com](http://www.fantir.com)