

На берегу Ладожского озера, а так и просится – «у самого синего моря», доживает свой век деревня Морье. Это почти опустевшее сегодня селение и в прежние века не было особенно многолюдным, но жизнь там все-таки бурлила, особенно когда в 1772 году барон Петр Фредерикс основал в этом уголке Шлиссельбургского уезда Санкт-Петербургской губернии стекольный завод.

«Горшочки от Поскочина»

Впрочем, здесь история допускает некоторые разночтения, и у знаменитого путешественника Николая Озерецковского («Описание Приладожья») владельцем завода называется другое лицо: «За упомянутым домиком, чрез небольшое поле, на том же берегу реки Морьи, лежит стеклянный завод, принадлежащий с.петербургскому купцу Никифору Ерофееву, который платит г. баронессе (ред. - Фредерикс) за место, что под стеклянным заводом, и за восемьсот сажень трехполенных дров по пятисот рублей в год. Дрова сии рубит он в баронессинном лесу своими работниками, кои бывают обыкновенно наемные или из морьинских обывателей, или из чухонцев в околности живущих. Сии последние берут за работу гораздо дешевле, нежели русские, и чрез то лишают наживы от рубки лесу морьинских жителей. На сем стеклянном заводе делаются одни простые стекла, которых тысяч по осьми бунтов или связок каждый год тут готовится».

Можно, конечно, допустить, что завод был просто сдан в аренду предприимчивому купцу, но так ли это важно? Главное, он возник именно в тот исторический период и обеспечивал стеклом всех желающих и, конечно, имеющих деньги людей. О качестве морьинского стекла мы судить не можем — дела это «давно минувших дней», но вот что его производство было дорогим, известно из того же источника.

Сырь для изготовления стекла, как свидетельствует автор этого замечательного труда, в здешних местах не было, ибо «глина, употребляемая на заводские печи, песок и поташ — вещества, стекло производящие, — все здесь привозные. Поташ покупается в С.Петербурге, песок берут с устья реки Волхова близ Новой Ладоги, а глину достают с реки Андомы, впадающей в Онежское озеро. Ее, впервых, обжигают, обожженную толкут пестами на ветреной мельнице, нарочно для сего сделанной, истолченную просеивают сквозь сито и потом уже делают из нее горшки и печи, которые от сильного и непрерывного огня, какой потребен для плавки стеклынного вещества, чрез несколько месяцев повреждаются и ежегодно переделываются. Во время сей только починки работа на заводе прерывается; впрочем никогда огонь там не потушается. Если бы завод сей принадлежал г. баронессе Фридрихсовой, то бы делаемое на нем стекло обходилось ей гораздо дешевле, нежели оному купцу, потому что она не платила бы 500 рублей за подзаводное место и за дрова и могла бы употреблять на заводскую работу принадлежащих ей крестьян. Но убавилась ли бы тогда цена со стекол, сего предсказать не можно...».

Итак, вначале на заводе выпускали стекло и стеклянную посуду. Была ли здесь или поблизости найдена впоследствии глина, ставшая основой будущего производства, утверждать не беремся, но завод новым владельцем был полностью перепрофилирован и пережил в дальнейшем период настоящего расцвета.

В 1817 году предприятие вместе с усадьбой перешло от И.Ф. Фредерикса в собственность надворного советника Сергея Яковлевича Поскочина, который начал опыты по производству фаянса. С 1829

коллекциях некоторых собирателей сохранились и удивительные по красоте и изяществу чайные сервизы, сделанные из фаянса очень высокого качества.

Именно такой фаянс и выпускал морьинский завод Поскочина. Как говорят специалисты, изделия предприятия по своему художественному облику были близки продукции казенного Киево-Межигорского завода. Доверимся далее первоисточнику — А.Петракова («Русский Антиквариат») пишет: «На заводе Поскочина были освоены различные фаянсовые массы: белые, цветные (блеклых оттенков), фаянс «цвета сливок», которым в свое время прославился английский завод Веджвуда, мраморные и черные.

Ассортимент завода Поскочина отличался большим разнообразием: здесь делали всевозможные вазы, кувшины, блюда, тарелки, прорезные сухарицы, чайные сервизы, флаконы, мелкую пластику и другие предметы. Часто в изделиях завода Поскочина заметно подражание изделиям английского завода Веджвуда — были даже попытки воспроизвести белые барельефы на синем фоне без поливы, которые получались достаточно хорошо, но грубее английских. На заводе Поскочина с 1817 по 1842 гг. создавались изделия сначала в формах ампира, потом, с приходом историзма, — стилизации под восточные работы, а также под античную керамику, обнаруженную при раскопках Помпеи. Кроме посуды, на заводе создавали фаянсовую скульптуру, которая выполнялась очень тщательно. Наиболее известна скульптура, изображающая сидящую китаянку с качающимися руками и головой. Эта скульптура пользовалась большим успехом и выпускалась с различным живописным декором. Также был популярен кувшин в виде сидящего мужчины с фонарем, мальчик в рыцарском одеянии, торговец башмаками и др.». Выпускал завод и жаростойкую посуду для технических целей.

На изделиях предприятия стояло клеймо «С. Поскочин» или «Поскочина». Посуда с этой торговой маркой пользовалась большой популярностью, хорошо раскупалась. У писателя И.А. Гончарова упоминаются горшочки «от Поскочина», которые можно было приобрести в фирменном магазине в Санкт-Петербурге (фарфоровых, фаянсовых и хрустальных изделий) на Невском проспекте в доме Католической церкви напротив Гостиного двора.

Необычайный успех продукции завода во многом объяснялся хорошим подбором кадров: Поскочин собрал на своем предприятии одаренных художников, модельщиков, формовщиков, живописцев и других мастеров с большим опытом работы. Кроме русских волнонаемных и крепостных рабочих, здесь были иностранные мастера (один из Пруссии и два из Финляндии), всего — 44 человека.

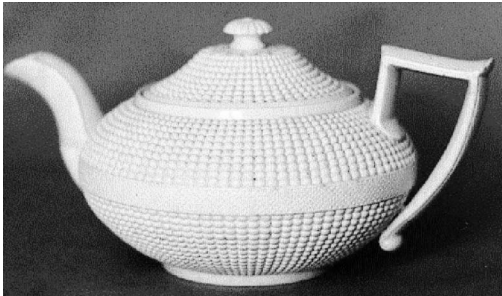
Специалистам завода были под силу сложнейшие формы, качественный декор, ручная полихромная роспись муфельными красками с использованием золота. На изделиях завода часто встречались цветочные орнаменты, композиции на античные темы, сцены охоты. Великолепно смотрелся часто повторяющийся мотив: рельефная раскрашенная виноградная лоза.

Можно утверждать, что завод Поскочина был хорошо развитым промышленным производством: 11 зданий, 2 горна, 3 сушильни, 15 печей. Все производственные процессы осуществлялись вручную, материалы были в основном отечественные, кроме красок для росписи, — их привозили из Дании. Использование русского сырья, конечно же, способствовало удешевлению стоимости изделий.

Завод Сергея Яковлевича Поскочина считался одним из лучших фаянсовых производств первой половины 19 века. В журнале «Старые годы» за 1911 год Н.Ротштейн писал: «Ни один из русских заводов не достигал такой художественности и такого разнообразия в моделях, как завод в деревне Морье. Поскочин сделал все, что мог, чтобы поднять достоинство русского фаянса». В книге 1894 года исследователь истории керамики В.И. Селезнев отметил: «Из первоначальных фаянсовых фабрик около Петербурга особенно выдавался завод Поскочина». Изделия завода всегда высоко ценились коллекционерами, они были в коллекциях А.В. Морозова, Н.А. Лукутина, С.Э. и В.Я. Евдокимовых. Очень ценятся они и сегодня.

На первой выставке русских мануфактур в 1829 году заводу был присужден первый разряд за продукцию, отличающуюся «добротою и чистотою отделки, красотой форм и умеренной ценой». Обратим вни-

мание на последние слова, потому что они чрезвычайно важны: благодаря деятельности Поскочина в российских домах, даже не самого большого достатка, появилась очень красивая посуда и предметы украшения быта. А это уже серьезный шаг в эстетическом развитии не очень обеспеченных слоев населения.



В настоящее время изделия завода являются антиквариатом, их можно увидеть только в коллекциях или специализированных каталогах, но, возможно, у кого-то в семье еще хранятся скульптурки или тарелочки «от Поскочина». Берегите их для потомков.

Продажей завода новому владельцу закончился следующий этап жизни предприятия. В 1842 году его приобрела вместе с имением графиня С.А. Голенищева-Кутузова. В 1845 году работы на заводе возобновились, но характер изделий почти не изменился — использовались старые модели. Поступательное движение производства прекратилось — видимо, не было заинтересованности новой владелицы завода. Изменилось разве что клеймо: «Морье. Бывший Поскочин» или «С.А. Голенищевой-Кутузовой».

С 1851 по 1917 гг. имением, в которое входила и деревня Морье, владели уже бароны Корфы, которые мало занимались какой-либо деятельностью, но зато охотно сдавали принадлежащую им собственность в аренду. До 1887 года завод арендовали разные лица — братья Корниловы, князь Долгорукий, охтинский купец Гудков (или Худков), купцы Салманов, Мишуткин, Ступин. С 1878 по 1887 г.г. арендатором был купец Ф.Е. Емельянов, который, в конце концов, выкупил завод. А в начале 20 века завод по праву наследования перешел к его сыну А.Ф. Емельянову. При Емельяновых завод стал выпускать исключительно фарфоровую продукцию.

Изделия завода Емельянова маркировались синим надглазурным штампом, на котором был изображен сильно искаженный двуглавый орел без скипетра и державы, и имелись надписи: «Завода Ф.Е. Емельянова», «Морье» и «№1» в фигурном обрамлении. Встречаются в коллекциях и близкие марки синего (1 сорт) и красного цвета (2 сорт) с буквой «Д» перед «Морье», без указания сорта изделия — они относятся к 1887 году — началу 20 века.

На заводе 2-й гильдии купца Емельянова в 1905 — 1914 гг. было занято около сорока рабочих, действовал паровой котел и паровая машина мощностью 12 л.с.

По своим технологическим и художественным качествам изделия этого завода сильно уступали посковинским. Завод Емельянова специализировался на производстве чайной и столовой (трактирной) посуды. Для декорирования изделий использовался печатный рисунок. Это было настоящее массовое производство, как сейчас говорят, штамповка. Хотя посуда завода Емельянова тоже пользовалась большим спросом, об этом говорит хотя бы то, что в 1896 году было выработано фарфоровой посуды на 15000 рублей.

До Емельяновых были еще робкие попытки выпускать на морьинском заводе фаянс, предпринятые, в частности, братьями Корниловыми, которые, вообще говоря, оставили значительный след в истории фарфорового производства в России. Но на морьинском заводе, который они арендовали для расширения своего производства, дело у них не пошло. Некогда значительное производство стало постепенно угасать. Больше здесь, в этом сказочно красивом месте — Лукоморье, не рождались фаянсовые статуэтки, изящные вазы и роскошные чайные сервизы. Эпоха прекрасного посковинского фаянса уступила место эпохе массового фарфорового производства Емельяновых.

В домах немногочисленных жителей деревни Морье, пожалуй, и не найти теперь тарелок и чайных чашек, которые выпускались на местном производстве до революции, — посуда вещь хрупкая, бьющаяся. Да и от самого завода остались только сильно заросшие травой руины на берегу черной речки Морье. Когда-нибудь, через столетия, любопытные археологи откапывают на этом месте красивые черепки, ну а мы можем лишь сожалеть о том, как скоротечно все в этом мире, где славу сменяет забвение, а расцвет уступает место разрухе...

Нина УСТИЧЕВА
На снимках: изделия завода С.Я. ПОСКОЧИНА

В Госдуме

Добавленному верить?

Депутаты хотят отменить рекламу БАДов.

Средствам массовой информации могут запретить рекламировать биологически активные добавки. Соответствующий законопроект поступил на рассмотрение Госдумы.

Автор законопроекта депутат нижней палаты парламента Антон Беляков предлагает ограничить распространение рекламы БАДов только медицинскими и фармацевтическими изданиями. Также рекламе биодобавок можно будет появляться на специализированных выставках и конференциях. Стоит заметить, что законодательство и без того сурово обходится с биодобавками. Им запрещено «притворяться» лекарствами. Производителям БАДов Закон «О рекламе» также запрещает ссылаться на положительные результаты клинических и лабораторных исследований и использовать в рекламе своей продукции образы врачей.

Между тем Антон Беляков считает, что распространители средств «от всех недугов» не устают вводить в заблуждение потребителей, обещая мгновенное излечение от тридцати трех болезней. Огромное количество биодобавок сегодня реализуется в аптеках, магазинах и через сетевые продажи типа приснопамятного «гер-балайфа». Депутат уверен, что распространять лжебальметки помогает именно агрессивная реклама. И запрет рекламы в неспециализированных изданиях, считает разработчик законопроекта, позволит перекрыть доступ мошенников к потребителям. Напомним, что до сих пор войну с «вредной» рекламой БАДов в одиночку вела Федеральная антимонопольная служба. Однако претензии предъявлялись конкретным производителям биодобавок, нарушающим антимонопольное законодательство.

При этом рынок БАДов в России растет год от года. В обращении находится более 7,5 тысячи наименований биодобавок. Но вот с регулированием этого рынка действительно есть проблемы. По мнению законодателей, качество мнимых пилюль и микстур не выдерживает никакой критики: если лекарства, прежде чем попасть в аптеки, проходят многоуровневые испытания, то для выпуска БАДов подобные процедуры не требуются.

По данным Роспотребнадзора, на которые ссылаются авторы нового законопроекта, 39 из 87 предприятий-изготовителей биодобавок элементарно не соблюдают санитарные нормы. Хотя сами производители утверждают, что данные законодателей в корне неверны, и не видят повода для столь крутых мер в отношении их продукции.

В отличие от лекарств большинство БАДов производится на территории России. Всего в стране 182 таких предприятия, в числе которых как крупные игроки, так и представители среднего и малого бизнеса. Общий оборот этих компаний составляет порядка 500 миллионов долларов, это мизер по сравнению с оборотом рынка биодобавок в США, который достигает 60 миллиардов долларов. С скромный оборот объясняется пока еще низким спросом на подобную продукцию — только 3 процента соотечественников регулярно употребляют БАДы.

Президент Ассоциации БАД и специализированных продуктов питания Вячеслав Исаев подтвердил: в прошлом году Роспотребнадзор действительно проводил выборочные проверки БАДов. На пробу были взяты 13 тысяч образцов. Среди отечественных препаратов нормам не соответствовали порядка 2—4 процентов по разным показателям. Среди импортных товаров процент несоответствия оказался выше — в среднем 5 процентов.



года завод перешел только на его выпуск. В то время в России был очень популярен фарфор, но из-за дороговизны не каждый мог его купить. Тонкий фаянс по внешнему виду очень напоминал фарфор, но был значительно дешевле, а потому легко стал предметом ширпотреба — в хорошем, конечно, смысле. Этот материал вполне годился для массового производства и вместе с тем удовлетворял самые взыскательные вкусы тогдашнего потребителя. Он создавался из белых пластичных глин, полевого шпата, кварца или песка с добавлением каолина. В основном из него изготавливали повседневную столовую посуду, но в