

УДК 792.8

*О. С. Сапанжа, Н. А. Баландина*

## БАЛЕТ «КРАСНЫЙ МАК» В ПРОСТРАНСТВЕ СОВЕТСКОЙ ПОВСЕДНЕВНОЙ КУЛЬТУРЫ

14 июня 2017 г. исполняется 90 лет со дня первой постановки балета «Красный мак». Созданный к десятилетию Октября, балет стал не просто первой полноценной постановкой «на революционную тему», но и наполнил пространство повседневной культуры многочисленными сюжетами, порожденными образами «красного цветка».

Пространство повседневной культуры всегда формируется на пересечении сложного комплекса импульсов, порожденных художественным осмыслением действительности и бытовыми требованиями утилитарности, комфорта, красоты. Сочетание отдельных элементов рождает специфическое пространство повседневности в его многообразных проявлениях. Театр можно с полным правом назвать одним из таких импульсов, позволяющих понять механизм адаптации явлений художественной культуры к миру повседневности. Тиражирование образов высокой культуры позволяет придать пространству обыденного элемент утонченности, элегантности, вкуса. С другой стороны, повседневность часто становится заложником идеологии, а тиражирование предметов становится тиражированием идей. Все это присутствует в истории предметов повседневного обихода, появившихся на волне интереса к балету «Красный мак».

История же самого балета достаточно хорошо известна. Через десять лет после премьеры вышла книга В. М. Богданова-Березовского «Красный мак» — первая из цикла его книг, посвященных балетным постановкам и исполнителям [1]. Музыкаловедческие аспекты балета были проанализированы в статье С. Я. Левина [2], подробная история создания постановок во всех основных редакциях — в книге З. К. Гулинской о творчестве Р. М. Глиэра [3] и публикациях Н. В. Киселевой [4, 5].

Как отмечает Н. В. Киселева, на пике популярности Р. Глиэра, о нем писали многие искусствоведы, однако затем наступил продолжительный период забвения, когда «Красный мак» не упоминался в большинстве изданий по истории балета. Именно поэтому анализ проблемы постановки балета «Красный мак» на сценах европейских театров [4, с. 32–37] и на американском континенте [5, с. 98–103], предпринятый Н. В. Киселевой, вводит сегодня в научный оборот новые материалы и снова включает различные аспекты изучения балета в пространство научного дискурса.

Премьера «Красного мака» в постановке балетмейстеров Л. А. Лащилина и В. Д. Тихомирова состоялась на сцене Большого театра 14 июня 1927 г. Несмотря на противоречивую реакцию критиков, на протяжении последующих двух сезонов состоялось более двухсот спектаклей. Публика принимала балет восторженно. В 1929 г. балет был поставлен на сцене Государственного академического

театра оперы и балета в Ленинграде. Для этой постановки была предложена иная редакция Ф. Лопухова и изменена хореография при участии балетмейстеров В. Пономарева и Л. Леонтьева. Р. Глиэр в значительной степени переработал партитуру. Затем началось триумфальное шествие балета по сценическим площадкам: «вслед за Большим театром, балет поставили все театры Советского Союза, где имелись балетные труппы» [3, с. 135]. Уже в 1933 г. состоялась первая зарубежная постановка на сцене рижской Национальной оперы, а в 1939 г. — на сцене театра «Эстония» в Таллине [4, с. 32–34].

«Редакция» балета 1949 г. была связана с важным для Советского Союза политическим событием — китайской революцией и провозглашением Китайской Народной Республики. Новый вектор отношений государств повлиял на новую редакцию балета. Р. Глиэр третий раз переработал партитуру. Существенно было изменено либретто: действие было перенесено в Китай 1930-х гг.; в балете появился молодой китайский коммунист Ма Ли-чен (спасая которого погибает Тао-Хоа) и «американские боссы гоминдановской клики» [3, с. 137].

В 1950-е г. Р. Глиэр в очередной раз переделывает партитуру и премьеры балета с обновленным названием «Красный цветок» состоялась в 1957 г. (основной версией изменения названия балета остается версия недовольства китайской делегацией упоминанием мака — опиумного растения).

Балет «Красный мак» явился новым словом в советском балете. Можно выделить, по меньшей мере, четыре параметра этой «новизны»:

Во-первых, он решил вопрос о возможности отражения в балетных формах актуальных событий и «революционных тем» [3, с. 134].

Во-вторых, впервые были обозначены сценические решения, которые стали классическими для советских балетов на «революционную тему». В. М. Богданов-Березовский в 1937 г. отмечает, что «все последующие массовые музыкально-хореографические характеристики восставшего народа», которые потом стали частью таких балетов как «Пламя Парижа» и «Лауренсия», были представлены впервые именно в постановке балета «Красный мак» [1, с. 14].

В-третьих, по технологиям создания и обсуждения этот балет стал предвестником «большого стиля», предполагающего «народность, идейность и конкретность». Постоянное привлечение масс трудящихся к процессу постановки балета (и в Москве, и в Ленинграде), многочисленные отзывы трудящихся и, наконец, сама музыка, отвечающая критерию понятности, являются приметами нового поворота в культуре, когда «при поддержке рабочих сметены были препятствия на пути нового советского балета, и эти же рабочие в своих горячих выступлениях и спорах помогли выявить достоинства и недостатки спектакля, что было учтено в дальнейшей работе» [3, с. 128]. То, что скоро будет поставлено в вину Д. Шостаковичу, («следить за этой “музыкой” трудно, запомнить ее невозможно»)<sup>1</sup> в этом балете отсутствует. Напротив, в балете «Красный мак» как раз была мелодия, которая мгновенно стала «хитом». Тема танца советских матросов «Яблочко» обеспечила балету популярность даже среди тех, кто никогда не был в театре.

<sup>1</sup> См. газету «Правда» от 28 января 1936 г. (статья «Сумбур вместо музыки»).

Наконец, в-четвертых, развитие основного образа балета (образа «красного мака») продемонстрировало возможности тиражирования идей и образов высокого искусства в пространстве массовой культуры.

Дореволюционная культура, безусловно, тоже отзывалась на значительные события в мире театра. Речь идет не о материалах, являющихся обязательным элементом подготовки и представления спектакля (эскизы костюмов и декораций, либретто, программа спектакля, афиши и фотографические портреты исполнителей), а о самостоятельных произведениях — откликах на театральные постановки. Сама постановка становилась поводом и творческим импульсом для появления произведений декоративно-прикладного искусства, развивающих идею театральной постановки. Таковы, например, отклики на дягилевские сезоны. Откликом на успех в Лондоне стала выполненная в 1913 г. С. Судьбининым фарфоровая фигурка балерины Анны Павловой в роли Жизели [6, с. 47–48]. Однако, очевидно, что, в данном случае, речь идет о признании таланта выдающейся балерины, создании произведения декоративно-прикладного искусства. Эту традицию впоследствии подхватили советские фарфористы, например, Н. Данько, создавшая фарфоровую фигуру А. Павловой в образе «Умиряющего лебедя» [6, с. 51]. Эхом дягилевских сезонов стали фарфоровые скульптуры Т. Карсавиной в роли Жар-птицы и М. Фокина в роли Ивана-Царевича, созданные Д. Ивановым в 1920–1922 гг. на Государственном фарфоровом заводе в Ленинграде [7; 8]. Эти скульптуры выпускались в 1920–1930-е гг., затем — в 1950–1960-е гг. и, несмотря на незначительный тираж, они стали частью пространства советского интерьера. Стоит отметить, что именно на мелочи, детали ложилась основная нагрузка по формированию специфического советского интерьера, и фарфор был важной частью этого пространства [9, с. 3–5].

Вполне естественно, что и «Красный мак» нашел отражение в фарфоре. Казалось бы, закономерным было воплощение в фарфоре образа первой исполнительницы партии ТаоХоа — Е. Гельцер, тем более, что созданный ею образ сравнивали с фарфоровой статуэткой: «внешний облик ТаоХоа, созданный Е. Гельцер, напоминал тончайшей работы прелестную статуэтку китайского фарфора, а вся пластика — жесты, походка — свидетельствовала об огромной артистической культуре» [3, с. 129]. Н. Чернова, анализируя образы Е. Гельцер, отмечала, что «творческая тема ... сильной, волевой, энергичной личности — нашла отклик в романтическом пафосе первых послереволюционных лет» [10, с. 24]. Тем не менее, такие произведения не появились. Зато скульптором Е. А. Янсон-Манизер были созданы работы, в том числе, посвященные Г. Улановой, блистательно исполнявшей роль ТаоХоа. Статуэтки в фарфоре, выполненные на Ленинградском фарфоровом заводе (далее — ЛФЗ), представили героиню «как застенчивый, словно распускающийся цветок, со своими веерами» [11, с. 12]. В конце 1950-х гг. на ЛФЗ скульптором Г. Столбовой была выполнена скульптура «Китайка с веером»: в руках у девушки веер, а прическа украшена красными цветами. Во второй половине 1950-х гг. на Дмитровском фарфоровом заводе (Вербилки) скульптором О. Артамоновой была выполнена скульптура ТаоХоа. Скульптура имела несколько вариантов росписи. Эти статуэтки, украшавшие этажерки, буфеты, комоды, стали частью домашнего

интерьера, и, благодаря тиражируемости, образы балета были активно включены в пространство повседневной культуры.

Однако таким откликом реакция на балет не ограничилась. «Красный мак» породил целую серию неожиданных интерпретаций. Роспись по фарфору и мелкая пластика, почтовые открытки и марки, вышивки и текстиль, конфеты и, наконец, сеть кафе и ресторанов «Красный мак» представили произведение хореографического и декорационного искусства в тиражируемых образах, наполнивших пространство дома и города. Вполне естественно, что мода также откликнулась на яркое событие культурной жизни: одежда в «китайском» вкусе, интерес к растительному орнаменту с мотивами мака и, наконец, одна из знаковых советских парфюмерных композиций — духи «Красный мак». Изысканность этих элементов модного антуража советской женщины была особенно очевидна в контексте общей бытовой неустроенности конца 1920-х гг., и именно духи «Красный мак», выпущенные сразу после премьеры, дали старт активному использованию обобщенных образов балета в пространстве повседневной культуры. М. С. Колева выделяет следующие составляющие, способствующие появлению духов: «элементы классического танца, китайский колорит, тема жертвенной любви несчастной красавицы ТаоХоа и советского капитана, сны, навеянные курением опиума, наконец, появление красных партизан и цветков красного мака, символ любви и победы, — все это требовало какой-то материализации в частной жизни» [12, с. 34]. Этой материализацией и стали духи «Красный мак», выпущенные сразу после премьеры в 1927 г. Даже не балет «Красный мак» сыграл значительную роль в советской бытовой культуре, а духи. Ведь балет могли смотреть избранные, а духи производились с учетом массового потребительского спроса. Уже само их броское название стало поводом к созданию особого пространства повседневности, наполненного красными маками.

Духи «Красный мак» выпускались на фабрике «Новая заря» (бывшая фабрика «Товарищества Брокар»). Само название «Красный мак» указывало на то, что это духи новой Советской России. Переключки с самым известным советским ароматом — духами «Красная Москва», лишь усиливали это звучание. Аромат духов (пряный, ассоциирующийся с тропическими странами и жарким солнцем, пленяющий своим восточным ароматом) был создан парфюмером Давидом Гарбером. В Товарном словаре, выпускавшемся в 1956–1961 гг., о духах «Красный мак» можно узнать, что по стойкости запаха они относились к первой группе, для которой стойкость запаха должна быть не менее 40 часов (у второй группы — не менее 30 часов). Вероятнее всего, духи «Красный мак» входили в группу качества «А», содержащую от 7,5 до 20 % композиции и до 35 % настоев.

Для духов был разработан специальный флакон, этикетка и упаковка. В советское время флакону, в зависимости от формы, присваивался преискуранный номер. Создание специальных флаконов, этикеток и упаковок для каждого вида духов характерно для советской парфюмерной промышленности. Пробочки на флаконах обязательно были притертыми, исключение составляли лишь дешевые духи и одеколоны, которые разливались в стандартные флаконы, для которых использовались тоже дешевые заворачивающиеся пробки, изготовленные из металла или

пластических масс. Примером могут служить духи и одеколон «Маки». Духи же «Красный мак» в период с 1927 до середины 1960-х гг. были изысканными в исполнении.

В оформлении флакона и упаковки «Красного мака» были использованы цветы мака; коробочка была украшена шелковой кисточкой, выполненной в желтых и красных тонах. И, хотя использование изображения цветка на флаконе, этикетке и упаковке в первое послереволюционное десятилетие объявлялось мешанством и даже вредительством, упаковочные материалы должны были нести новую тематику, пропагандирующую построение социалистического общества. Необходимо было считаться «с установленным фактом, что тиражность упаковок, потребляющих тонны бумаги, в несколько раз превышает количество бумаги, затрачиваемой на издание книг в СССР», а, значит, «максимально использовать упаковочные оформления для пропаганды текущих общеполитических задач, стараясь увязать их с содержанием товара» [13, с. 54]. Создатели данного парфюмерного запаха не побоялись использовать цветок в оформлении и сделать саму упаковку достаточно изящной благодаря стилизации (так, буквы русского алфавита, сложившиеся в название были стилизованы под китайские иероглифы). Помимо духов и одеколona, выпускались мыло и пудра «Красный мак». На рекламном плакате 1938 г., выполненном М. Литвак-Максимовым, представлен тонкий, изящный женский профиль с азиатским разрезом глаз на фоне яркого распустившегося красного цветка. Ниже представлена коробочка с пудрой «Красный мак», сохранившей на протяжении десятилетия после премьеры свой дизайн — цветок мака, стилизацию названия под китайские иероглифы, желто-красную кисточку [14, с. 139].

В дальнейшем, советская парфюмерная промышленность неоднократно обращается к этим духам. Когда в 1949 г. вышла «обновленная» версия балета; был выпущен подарочный набор в восьмигранной сюрпризной коробке, обтянутой красным шелком, украшенной красной шелковой кисточкой, с тиснением в виде мака на верхней и нижней части крышки. На протяжении пятидесяти лет эти духи оставались своеобразным «брендом», напоминающим о балете и отражающим тенденции развития промышленного дизайна. Советская промышленность, которая пошла по пути упрощения в 1960-е г., перестала выпускать сложно оформленные подарочные коробки и изящные флаконы, заменив их на простые флаконы с небольшой завинчивающейся крышкой. Дизайн духов «Красный мак» также упростился: общее решение упаковки сохранялось, но флакон стал менее изысканным.

Духи «Красный мак» положили начало активному использованию мотива цветка мака в промышленности. Этот мотив можно обнаружить на фарфоровых сервизах 1930–1960-х гг., в изделиях легкой промышленности (шляпки, платья). Мак стал популярным мотивом вышивок, украшавших дома и ставших едва ли не обязательным элементом советского интерьера 1930–1950-х гг.

Новое звучание приобрело все, связанное с маками. Например, — папиросы «Мак». Папиросы «Макъ» производились еще до революции на табачной фабрике Товарищества С. Кушнарева, но теперь они стали по-настоящему революционными. Рекламный плакат, созданный в том же 1927 г. художником А. Зеленским,

предлагал приобрести продукцию Ленинградского табачного треста по цене 8 копеек за 25 штук. На плакате, выполненном в бело-красно-черной гамме, представлена пачка папирос с нарисованным на ней маком и дымящаяся папироса [14, с. 69]. Танец советских матросов «Яблочко» должен был придать папиросам с названием «Мак» дополнительную популярность.

Даже спустя десятилетия, советская культура по-прежнему обращалась к теме балета. В 1961–1962 гг. почта СССР выпустила четыре марки, посвященные советскому балету. Марки 1961 г. были посвящены балетам «Лебединое озеро» и «Ромео и Джульетта». Марки 1962 г. посвящались балетам «Пламя Парижа» и «Красный цветок». На марке была изображена Тао Хоа, исполняющая танец с веерами; на заднем плане советские моряки отплясывали «Яблочко». Отметим также, что долгие десятилетия кондитерские фабрики имени Н. К. Крупской и «Красный Октябрь» выпускали конфеты «Красный мак» [15, с. 95].

Стоит упомянуть и тот факт, что постановка балета стимулировала интерес к китайской культуре, в целом. «Красный мак» — это не первое обращение к теме Китая в балете, но, несомненно, самое мощное. В дягилевских сезонах, например, в опере И. Стравинского «Соловей», присутствовало, по признанию А. Бенуа, известное смешение китайского и европейского [16, с. 132–135]. Кроме того, китайская тема присутствовала в характерных танцах. Однако такого целостного взгляда на неизвестный мир китайской культуры не было. Представление о китайской культуре у рядовых советских граждан было весьма смутным (о чем свидетельствуют, например, отзывы посетителей выставки китайского искусства в Государственном Эрмитаже в 1934 г.) и балет «Красный мак» явился стимулом к ее постижению. Проникновение китайских товаров широкого потребления в Советский Союз после 1949 г. (одежда, зонтики, предметы промышленного дизайна) стало еще одной вехой знакомства с китайской культурой.

Итак, балет «Красный мак» явился первым балетом на «революционную» тему, образ которого нашел широкое воплощение в пространстве повседневной культуры. Характеристики балета, его «понятность», «народность» способствовали широкому признанию и распространению яркого символического образа «красного мака». Начало положили духи «Красный мак», которые представляют собой первый пример «включения» товаров промышленного производства на основе осмысления театра в повседневную культуру. За ним последовала массовая интерпретация образа мака (от вышивок и платьев до посуды и открыток), в рамках которой невозможно определить, что именно было навеяно балетом, а что стало отголоском широкого распространения этого декоративного элемента. Однако исток увлечения декоративным элементом красного цветка восходит, очевидно, к первой постановке балета «Красный мак» в 1927 г.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Богданов-Березовский В. М.* Красный мак. Л.: ЛГАТОБ, 1937. 24 с.
2. *Левин С. Я.* Два балета Р. М. Глиэра: «Красный цветок», «Медный всадник» // Музыка советского балета: сб. ст. М.: Музгиз, 1962. С. 126–162.
3. *Гулинская З. К.* Рейнгольд Морицевич Глиэр. М.: Музыка, 1986. 221 с.

4. Киселева Н. В. «Красный мак» Р. М. Глиэра: постановки на сценах европейских театров // Вестник Академии Русского балета им. А. Я. Вагановой. 2014. № 1–2 (31). С. 32–37.
5. Киселева Н. В. «Красный мак» Р. М. Глиэра. Первая постановка в Америке // Вестник Академии Русского балета им. А. Я. Вагановой. 2015. № 2 (37). С. 98–103.
6. Хмельницкая Е. С. «Русские сезоны» в фарфоре. Анна Павлова // Вестник Академии русского балета им. А. Я. Вагановой. 2016. № 3 (44). С. 47–52.
7. Носович Т. Н., Попова И. П. Государственный фарфоровый завод. 1904–1944. СПб.: Оркестр, 2005. 752 с.
8. Эхо Русских сезонов: каталог выставки // Государственный Эрмитаж. СПб.: Гос. Эрмитаж, 2009. 176 с.
9. Сапанжа О. С., Баландина Н. А. Послевоенный жилой интерьер Ленинграда как феномен культуры // Дизайн и художественное творчество: теория, методика и практика: материалы I междунаро. науч. конф. СПб.: Санкт-Петербург. гос. ун-т пром. технологий и дизайна, 2016. С. 3–10.
10. Чернова Н. Ю. От Гельтцер до Улановой. М.: Искусство, 1979. 191 с.
11. Ермонская В. В. Янсон-Манизер. М.: Искусство, 1961. 31 с.
12. Колева М. С. Советский стиль. Парфюмерия и косметика. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2014. 144 с.
13. Смиранный И. Н. Рахманинов Б. В. Два века русской этикетки. М.: Пранат, 1998. 100 с.
14. Снопков А. Е., Снопков П. А., Шклярчук А. Ф. Советский рекламный плакат. 1923–1941. М.: КОНТАКТ-КУЛЬТУРА, 2013. 224 с.
15. Советский стиль / под ред. В. Зусевой, Т. Евсеевой, И. Ивановой. М.: Астрель, 2011. 207 с.
16. Пожарская М. Н. Русские сезоны в Париже. Эскизы декораций и костюмов 1908–1929. М.: Искусство. 1988. 292 с.