

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Кафедра теории, истории и
педагогике искусства

**ИСТОРИЯ КОНФЕТНЫХ ОБЕРТОК В РОССИИ
ЧЕРЕЗ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИСКУССТВА**
АВТОРЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

студентки 5 курса, 521 группы
по направления подготовки 50.03.03 «История искусств»
Калачевой Анастасии Андреевны
факультета искусств

Научный руководитель
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры теории, истории и
педагогике искусства

_____ Е.П. Шевченко

Заведующий кафедрой ТИПИ
доктор педагогических наук, профессор

_____ И.Э. Рахимбаева

Саратов, 2026г.

Введение.

Визуальная культура детства формируется под воздействием множественных факторов, среди которых выделяются конфетные обертки с репродукциями произведений искусства. Обертки занимают здесь особое место, создавая первичный эстетический опыт и способствуя расширению кругозора ребенка.

Качество бумаги и красок непосредственно влияло на художественный эффект репродукции. Знаменитая российская фабрика «Красный Октябрь» использует для своей продукции специальную мелованную бумагу, обеспечивающую гладкость поверхности и яркость цветов. Современные технологии цифровой печати позволяют достичь более точной цветопередачи, однако и советские полиграфисты, работавшие аналоговыми методами, демонстрировали высокое мастерство в воспроизведении живописной фактуры для обертки. Стилизация неизбежно сопровождала процесс миниатюризации: детальность оригинала редуцировалась, упрощалась светотеневая моделировка, усиливалась контрастность для компенсации малого формата. Эти трансформации требовали художественного чутья и понимания визуальной логики восприятия.

В России, как и в любой стране тоже были свои сладости, в древности варили фрукты в меду, либо же сухофрукты, в дальнейшем окунали в сахарную глазурь, а при Петре Первом в Россию попал шоколад. Он был жидким, очень дорогим, и первое время его пили только на петровских ассамблеях. Довольно быстро дворцы стали оборудовать специальными комнатами для приготовления шоколада, была даже придумана должность кофешенк – человек, ответственный за шоколад, чай и кофе при царском дворе.

Затем шоколад постепенно вышел за дворцовые пределы, и уже в конце XVIII века им торговали уличные лоточницы. Спустя время по всей России стали открываться кофейни, где люди пили горячий шоколад и обсуждали новости.

Масштабное производство конфет появилось в России только в XIX веке. Тогда фантики для конфет и шоколадных плиток были не менее красивыми, и разрабатывались с не меньшим тщанием, чем театральные афиши. Была, например, серия конфет «Загадка»: покупателю предлагалось отгадать несложную загадку, напечатанную на конфетном фантике. Существовали обертки «образовательные» – с таблицей умножения или азбукой, и развлекательные – с пословицами, поговорками, частушками, гороскопами, гаданием и пожеланиями.

Фантик – народное название конфетной обертки, которая со временем начинает играть немаловажную роль в привлечении покупателей. Создание запоминающейся обертки для конфет стало настоящим искусством. Фантики для конфет и шоколадных плиток были очень красочными и рисовались как театральные афиши.

В 1914 году в Санкт-Петербурге было 170 кондитерских шоколадных производств, в Москве – 213, а по всей России – более 600. Главным достижением кондитерские фабрики считали получение титула «поставщик двора Его Императорского Величества» и возможность рисовать на своей продукции двуглавого орла. Номинацию присуждали дважды в год – перед Пасхой и под Рождество. Давали ее за заслуги и за качество, а если оно падало, то номинацию отнимали; по наследству она не передавалась.

Поначалу даже на крупных предприятиях производство носило полукустарный характер, изделия завертывались вручную и упаковывались в простую бумагу, в шкатулочки, стеклянные, фарфоровые и прочие коробки без рекламных надписей и рисунков.

Говоря современным языком, с ростом конкуренции производители решали и задачи брендинга: придумывали названия сортам изделий, разрабатывали виды обертки и упаковки. Первая специализированная упаковка с рекламными надписями и указанием фирмы производителя продукции появляется в начале XIX в.

В настоящее время музеефикация советских фантиков, возникновение специализированных коллекций и выставок свидетельствует о признании их культурной ценности и стремлении сохранить материальные свидетельства ушедшей эпохи.

Степень разработанности темы. Концепты «картины» и «конфеты» рассматриваются в научных исследованиях чаще всего отдельно, в рамках филологии, искусствоведения или пищевых технологий. В филологических диссертациях исследуется, как названия конфет (прагматимы) отражают русскую языковую картину мира, народные традиции и культурные коды. Ярким примером является кандидатская диссертация К.А. Власовой «Знаки культуры в наименованиях кондитерских изделий» (2017 год). В искусствоведческих исследованиях, посвященных дизайну упаковки, изучается визуальный образ коробок конфет и его место в предметной картине эпохи. Примером является кандидатская диссертация Д.Г. Степановой «Проблема развития и взаимодействия авторского творчества и тиражного производства в декоративно-прикладном искусстве Ленинграда» (2025 год). Кроме того, конфетные обертки рассматриваются как новый предмет музейного коллекционирования (А.В. Лушникова, К.В. Денисенко).

Цель исследования – изучить историю конфетных обертки в России через шедевры изобразительного искусства.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть конфеты в историческом аспекте.
2. Дать характеристику разным видам упаковок.
3. Проанализировать продукцию «Красного Октября» с точки зрения упаковки.
4. Провести анализ наиболее популярных изображений на отечественных обертках конфет и коробках конфет.

Методологическая основа исследования – это работы таких авторов как А.Ю. Березовская, А.В. Лушникова, С.И. Бровкин, К.В. Денисенко, Д.И. Фришман и др.

Структура. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, 2 глав, заключения, списка использованных источников в количестве 31 штуки и двух приложений.

Основное содержание работы

В первой главе работы «История конфетных оберток в России через произведения искусства» обозначены и изучены:

1. Конфеты в историческом аспекте
2. Упаковка для сладостей: бумажные обертки и жестяные коробки

В первом параграфе проанализирован ход появления первых конфет, которые не так уж давно приняли столь обычный для нас сейчас вид, хотя это лакомство существует многие века. Первые кондитеры появились в Древнем Египте: они варили конфеты из меда и фиников, фиги и миндаля. В Древнем Риме в строжайшей тайне держался рецепт конфет из орехов, маковых зерен, меда и кунжута, а в Древней Руси конфеты готовили из кленового сиропа, патоки и меда, уваривая в них фрукты и добавляя различные пряности.

Первые кондитерские появились в Петербурге и Москве в XVIII веке, а крупные фабричные производства возникают во второй половине XIX столетия. К 1913 г. в России были зарегистрированы 142 кондитерских предприятия. Наиболее известны фабрики «Эйнем» (ныне «Красный Октябрь») и «Сиу» (ныне «Большевик»), а также московская фабрика Абрикосова и фабрики Жоржа Бормана в Петербурге и Харькове. Ассортимент включал в себя практически все известные сегодня виды сладостей: конфеты, печенье, пастилу, нугу, мармелад, пряники, мороженое, шоколад.

Второй параграф посвящен процессу создания упаковок для сладостей: бумажных оберток и жестяных коробок. С изобретением ткани, бумаги, фольги, парафиновой бумаги, целлофана появилась и стандартизированная упаковка. Парафиновую бумагу – ту, которая лежит в обертке российской шоколадной конфеты, между фантиком и фольгой – придумал великий

изобретатель Томас Эдисон в 1872 году. Появление конфетных обёрток дало возможность производить сладости в большем количестве.

С развитием промышленности упаковка начала трансформироваться. В XIX веке использовали прочные и разнообразные материалы для упаковки, такие как картон, металл и стекло. Металлические банки стали популярными, так как обеспечивали защиту от влаги и света.

В 1880-х гг. был разработан способ нанесения изображения на жёсть – быстро становится популярной жестяная упаковка. К концу XIX в. производство кондитерской упаковки приобрело промышленные масштабы. «Жестянки» более надёжно защищали товар от сырости. Кроме того, разнообразие форм жестяных коробок, их красочность делали ещё более притягательными кондитерские товары и давали возможность производителю выделить свой товар.

Вторая глава выпускной квалификационной работы «История конфетных обертоток в России через произведения искусства» содержит:

1. Этикетки кондитерской фабрики «Красный Октябрь»
2. Изображения на отечественных конфетах и коробках конфет

История московской кондитерской фабрики «Красный Октябрь» неразрывно связана с формированием уникальной традиции художественного оформления упаковочной продукции, ставшей культурным феноменом советской эпохи. «Красный Октябрь» – российская и советская кондитерская фабрика на Берсеневской набережной в Москве, построенная фирмой «Эйнем» в 1890-е годы. Самый популярный фантик «Мишка косолапый», «Красного Октября», является репродукция И.И. Шишкина «Утро в сосновом лесу». Автором макета этикетки источники указывают Мануила Андреевича Андреева (1884-1959гг). Журнал «Тара и упаковка» назвал его «классиком российской этикетки». М.А. Андреев первоначально учился в иконописной мастерской. В 14 лет отец забрал его из мастерской и устроил учеником в гравёрное отделение лито типографии. Одновременно юный ученик поступил в вечерние классы Строгановского училища, которое

окончил в 1901 г. В 1913 г. он выиграл конкурс на оформление стенки рекламного календаря, проводимый товариществом «Эйнем». В качестве добавки к победе ему было поручено оформить этикетку «Мишки косолапого». С тех пор почти все работы по графическому оформлению фабрика стала заказывать в типографии братьев Менерт, настаивая на том, чтобы работу выполнял именно М.А. Андреев, как владевший искусством миниатюры и хорошо знавший технические возможности литографии того времени.

В первые годы СССР заметно потерялись качество и красочность конфетной упаковки. Дело наладилось уже после Великой Отечественной войны. Именно тогда на «Красном Октябре» стало появляться много достойной упаковки, благодаря главному художнику фабрики – Леониду Челнокову.

«Красный мак» – знаковые для истории СССР конфеты, напоминающие о советском балете и китайской революции. В послереволюционной России советская власть взяла курс на коренную перестройку сознания людей, воспитание человека нового типа, строителя социалистического общества. Театр получил запрос на ясные постановки с революционным духом, и в июне 1927 года в Большом театре состоялась премьера балета «Красный мак» на музыку Рейнгольда Глиэра. Конфета – это практически афиша данного события.

Во втором параграфе описываются самые популярные изображения на отечественных конфетах и коробках конфет. Итак, идею поместить на упаковку, пусть и изменённый, художественный шедевр подсказал маркетинговый ход фабрики «Эйнем». В её ассортименте имелись «серийные» наборы: «Русские художники и их картины» и «Знаменитые памятники» Но там изображения были размещены на открытках, уложенных внутрь упаковки. Оставался лишь следующий шаг: вынести картину «наружу».

Создав этикетку «Мишки косолапого», М. Андреев открыл новое для нашей страны направление в оформлении пищевой продукции: использование известных произведений искусства, и сам же его продолжил. В 1920-е он создал обёртки для шоколада «Четыре времени года» для Московской кондитерской фабрики Центросоюза (с 1931 г. «Рот Фронт»), где использовал пейзажи, в том числе, известных художников.

Заключение.

Сегодня трудно представить конфету без фантика. Фантики для конфет – как одежда для людей: они защищают и украшают конфету. Красота фантика зависит от художника, создавшего эскиз. Художники каждый год придумывают для конфет яркие и интересные упаковки.

Одним из основных предназначений фантика стала просветительная задача, причем, не только для детей, но и для взрослых. Практически все важные события в жизни страны отражались именно на обертках. На дореволюционном фантике можно было найти все что угодно: не только «подхваченные» последующими эпохами изображения играющих детей, животных и сказочных героев, но и, например, полную галерею портретов царей и цариц Российской империи, или изображения солдат всех родов войск в парадной форме.

В выпускной квалификационной работе кратко была рассмотрена история сладостей, от древних времен до наших дней. Как оказалась то, что мы привыкли называть оберткой, изобрел Томас Эдисон в 1872 году. Большое распространение разных видов упаковок для сладостей в России началось в XIX веке. Для высших слоев населения, которые могли себе позволить сладости изготавливали жестяные коробки, они были более практичными, удобными и красивыми. Над внешним видом работали лучшие художники своего времени. Что бы привлечь покупателей, фабрики прибегали к разного рода ухищрениям: помимо красивой упаковки, вкусного содержимого сладкоежки получали новые загадки, открытки своих любимых городов, отрывки литературных произведений, и даже музыкальные ноты. Но

к более дешевому виду сладостей тоже подходили гуманно. В дальнейшем картонный вид упаковки стал даже более удобной, чем жесть. Весовые конфеты тоже всегда были под пристальным вниманием производителя. Обертки должны были быть яркими, цепляющими взгляд, особенно привлекающими детскую публику.

В ходе исследования был проанализирован упаковочный материал для разнообразных конфет кондитерской фабрики «Красный Октябрь». (современное название). Как оказалась «Красный Октябрь», является наиболее ярким примером того, как через свою отрасль, можно «принести искусство» в каждый дом, по сходной цене приобрести не только конфеты, но и познакомиться с шедевром мирового искусства, даже находясь в самом отдаленном уголке нашей страны.

Главным показательным примером этого является конфета «Мишка косолапый», на которой отчетливо виден фрагмент картины И.И. Шишкина, написанная в 1889 году. Это та картина, которая известна всем от мала до велика, именно по конфетам «Красного Октября».

Даже такой сценический вид искусства, как балет, может распространяться с помощью конфет. В 1927 году в Большом театре в Москве состоялась премьера балета «Красный мак» на музыку Р. Глиэра. Идеологическая постановка о советских моряках была посвящена китайской революции и внутренней контрреволюции. То есть конфета «Красный мак» не так проста, как кажется на первый взгляд, а имеет посыл даже политического характера.

Следующим шедевром, но уже фотоискусства стала шоколадка «Алёнка», которая сегодня – это уже часть отечественной сувенирной продукции.

На современном рынке «Красный Октябрь», представил лимитированную коллекцию «Третьяковская галерея» и «Наши сказки», где собрал интересные работы российских художников. Важную просветительскую функцию они сыграли. Благодаря такой разработке

упаковки в эпохе «минимализма» и «визуального шума», потребитель все-равно обращаться к своей истории и своему искусству.

Все больше на прилавках современных магазинов появляются шедевры искусства на упаковках, доступные всем, например в варианте коллаборации «Эрмитажа» и магазина «Магнит», музея им. А.Н. Радищева и сети кофейн «Яблонька», когда «Яблонька» выпустила лимитированную серию стаканчиков с репродукциями шедевров из коллекции музея г. Саратова.