



В Музее современной истории России проходит выставка, названная организаторами «История под глазурью». Предполагается, что ее участники смогут увидеть коллекцию изысканного фарфора, которая использовалась в свое время для поднятия революционного духа нации, а также для агитации и пропаганды.

В свое время в судьбе российского фарфора сыграл немаловажную роль Петр I. Именно он первый понял, что фарфоровые штучки могут использоваться не только для поедания еды и питья, но и для чего-то более существенного и важного. Благодаря участию Петра I в РФ запустили первое фарфоровое производство, сделав изделия инструментом государственной идеологии. Поначалу в ход шла монархическая символика, а чуть позже (когда революция осталась позади) большевистские символы.

Они становились частью царских чашек, а не простого люда. Еще позже свет увидела коллекция фарфора с портретами Ленина, и, ее выпуск состоялся во времена правления Николая II. Участие последнего в процессе подтверждается наличием на обратной стороне изделия вензеля императора.

Н. Карюченко (хранитель коллекции керамики и стекла Музея современной истории) рассказала о том, что коллекция с изображением вождя должна была стать самой продаваемой в мире. Именно ей хотели поручить воспитание людей в духе того времени, т.е. они должны были пожертвовать жизнью во благо Родине, ничуть в этом не сомневаясь. Но, к сожалению, это не произошло.

На мгновение стоит представить, что было бы, если бы коллекция вышла не в единственном экземпляре, а множественно растиражированной. Ничего хорошего бы из этого не получилось. Почему? Потому что трудно представить, как можно из такой посуды кушать, а потом стирать следы трапезы с нее грязной тряпкой. Фарфор – это средство лакировки истории. К примеру, в свое время свет увидела коллекция изделий с изображением членов ставки верховного главнокомандующего, когда шла битва под Сталинградом, но фотография маршала Жукова, которые немало сделал для города, на фарфор не попал, так как был в немилости у советской власти. /span>