

Б И Б Л И О Т Е К А

ISSN 0132-2095



ОГОНЁК

№ 15

1984



Константин БАРЫКИН

**МОНОЛОГ
НЕКАПРИЗНОГО
ПОКУПАТЕЛЯ**

М О С К В А

ИЗДАТЕЛЬСТВО

«П Р А В Д А»

БИБЛИОТЕКА «ОГОНЕК» № 15

Константин БАРЫКИН

**МОНОЛОГ
НЕКАПРИЗНОГО
ПОКУПАТЕЛЯ**

*Рассказы о простых и известных вещах
и заметки о товарах народного потребления*

Москва. Издательство «ПРАВДА»
1984

Константин БАРЫКИН

Константин Константинович Барыкин родился в 1930 году в Москве. С шестнадцати лет — цинкограф в типографии «Известий». Затем институт, работа в «Советской России», в «Труде», в «Литературной газете». Более пятнадцати лет — в редакции журнала «Огонек»: специальный корреспондент, заведующий отделом. Ему неоднократно присуждалась премия «Огонька» за лучшие работы года.

Автор нескольких книг. В их ряду: «Высота-533», «Пишу, печатаю, диктую...», «Хлеб, который мы едим».

К. Барыкин — заместитель председателя Всесоюзной комиссии по научной организации труда Правления Союза журналистов СССР, член бюро Московской секции репортеров.

О КОСТЮМЕ — С ПРИСТРАСТИЕМ

...Когда речь заходит об элегантности, все словари и справочники приводят в пример одежду. Правда, Владимир Иванович Даль обошелся без этого слова, но уже профессор Д. Н. Ушаков само понятие «элегантность» сопровождает единственной иллюстрацией — «элегантный костюм». Сегодняшние словари и энциклопедии тоже не ищут иного определения.

Не могло же это устоявшееся сочетание прийти само собой? Тогда откуда оно? Скорее всего от портного-искусника. Этакого все умеющего и дорожащего своей репутацией мастера. Но из этого следует ли, что сейчас, в пору индустриального швейного производства, надо отказаться от того, что издавна подразумеваем под ставшим стереотипным определением?

Разговор об элегантности массового костюма начался в Министерстве торговли РСФСР. Беседовали мы с первым заместителем министра Константином Васильевичем Большаковым.

— Торговля получит немалое количество мужских костюмов. Но не надо быть пророком, чтобы предсказать знакомую ситуацию: выбор вроде бы велик, а покупатель не всегда сможет приобрести то, что намечил купить, за чем он, собственно, и пошел в магазин...

Из разговора с заместителем министра узнаю: на оптовой ярмарке торговля отказалась взять у промышленности мужские костюмы на сумму в несколько десятков миллионов рублей. Отказалась, хотя областные и республиканские базы просят: дайте костюмы! Но при этом подчеркивают: современные, элегантные, из тканей добротных и модных и по цвету и по структуре. Когда же познакомишься с продукцией, перед которой торговля поставила заградительный барьер, которую не пустила на прилавок, понимаешь, почему это сделано: костюмы не выдерживают сравнения с подлинно элегантными моделями, уступают лучшим образцам, находятся ниже того уровня, которого мы достигли.

Из министерства я отправился на одно из крупнейших в стране предприятий — головную фабрику производственного объединения

«Большевичка». Тут шьют не только много, но в общем-то неплохо. Это подчеркивают и мои спутники — сотрудники Госторгинспекции РСФСР.

В экспериментальном цехе нам показали десяток моделей, подготовленных к производству, и я подумал: уж тут-то инспекторам придаться трудно. Привлекательны эти костюмы. Охотно купил бы почти любой из них, окажись он в магазине. Но главный инженер умирал мой пыл:

— Это перспективные разработки, мы их потом будем предлагать торговле.

Возле манекенов с этими моделями инспекторам впрямь делать нечего: превосходны костюмы. Есть новинки — куртки и брюки из какой-то гладкой, словно отполированной ткани; для мотоциклистов или автомобилистов лучшего не придумать. Есть двубортный пиджак глубокого и благородного синего цвета, с металлическими пуговицами, с отменной посадкой рукава, с изящным разлетом — все по моде! — отворотов; такой пиджак, да с серыми брюками, если они столь же хорошо сшиты, — вот вам и элегантность!

— Хорош пиджак! — говорю я. Никто не возражает, но тему не развивают, словно бы невзначай переводят разговор на другую модель, она заметно попроще. Но я вновь возвращаюсь к темно-синему. Хороший, дескать, пиджак!

А мне: «Обратите внимание и на этот костюм. Модный сейчас цвет. И модель новая».

И снова показывают другую пару, неплохую, но не столь привлекательную.

Потом, в цехе, я понял, почему работники швейного объединения деликатно отвлекали мое внимание: тут, видимо, уже знают, что модели сложные на конвейере нередко теряют то самое «чуть-чуть», что делает изделие словно бы произведением искусства. Потерю эту замерить трудно. ГОСТ за нее тоже не взыскивает. И к отсутствию этого «чуть-чуть» вроде бы притерпелись: «Массовка, что поделаешь?..»

«Большевичка» — фирма солидная, уважаемая, она давно создала у себя отдел, в котором работают конструкторы и модельеры. Чаще всего они и выступают авторами (впрочем, об этом авторстве покупателю неизвестно; безмянным идет костюм в магазины, но об этом позже) тех высокого класса костюмов, которые мы увидели в экспериментальном цехе.

— Может ли конструктор повлиять на качество попавшего на конвейер изделия? — спрашиваю я. — Имеет ли он право запретить выпуск пиджака, сшитого с отступлениями от эталона?

— Запретить? Как вам сказать... Запретить, пожалуй, не может, — подыскивает слова собеседник и вдруг оживляется: — Но может сигнализировать администрации, и его поддержат.

«А не полумера ли это?» — думал я, когда из экспериментального мы шли в цех массового пошива...

А перед глазами еще стояла сценка, свидетелем которой оказался только что в экспериментальном, где шьют-то крохотные, неощутимые для рынка серии (да и не серии, пожалуй, а единицы), где каждый костюм доводят вручную. Манекенщик-то показывал именно такие изделия — одно за другим. Инспектора были само внимание, но не нашли они в тех костюмах брака. Там же нам продемонстрировали несколько импортных моделей.

— Стоп,— сказал инспектор,— спинка пиджака плохо спшита...

Действительно, немного морщит. Но, странное дело, это не портило общего отличного впечатления от костюма. Значит, есть все же нечто, не поддающееся формальному описанию, не записанное в технологических картах, но влияющее на облик изделия, на его элегантность. Но это нечто не вошло, да и не может войти в стандарт, без него обходятся и — теряют ту самую элегантность.

К слову тут сказать об иностранных моделях вообще. Наша швейная промышленность не может, не должна игнорировать тот ставший обычным факт, что в магазинах с каждым годом появляется все больше изделий, покупаемых за рубежом. К тому же сейчас несколько наших передовых швейных предприятий приобрели за рубежом — у лучших фирм! — лицензии и ноу-хау на право пошива пальто, плащей и костюмов по моделям, разработанным видными зарубежными модельерами и конструкторами. Значит, выбор будет больше, и можно ли не учитывать этого, готовя наши модели, можно ли забывать, что покупатель — судья строгий и заинтересованный — в соперничестве разных марок выберет лучший.

Об этом и говорили, пока мы шли на массовый конвейер, который в конечном счете и определяет экономическую политику предприятия; который определяет и то, какие костюмы будут в магазинах. И в то же время, увы, вносит досадный оттенок в понятие «элегантность», заметно огрубляя и принижая его, придавая ему грани, не учитываемые авторами моделей, конструкторами. «Запретить не может, может сигнализировать».

Не переоцениваем ли мы подчас силу сигнала?

Конвейер — дело, само собой, очень непростое. Одинаково шьют десятки, сотни, тысячи костюмов — для людей разных не только по вкусам и склонностям, но и сложенных разное.

Еще в прошлом веке русский математик Пафнутий Львович Чебышев привез в Париж на математический конгресс доклад, который даже парижанам показался несколько экстравагантным. Но прошло время, и оказалось, что исследование академика П. Л. Чебышева «О кройке платья» необходимо портным и модельерам; массовому пошиву без математики шагу не ступить. Лишь наука

может дать точное определение типов и размеров. Не случайно же в начатой несколько лет назад работе швейникам активно помогали университетские антропологи: привели десятки тысяч измерений, которые стали основой государственного стандарта «Типовые фигуры мужчин и женщин. Размерные признаки для проектирования одежды». Определено и зафиксировано, в частности, 144 типовых мужских фигуры. Сто сорок четыре... Ну, подскажите, сделайте милость, как уловить на конвейере различия между нами?

Понятно, сшить один-два, даже десять костюмов можно, и не ведая об этих подсчетах. Но нельзя шить на потоке в огромном цехе, не взяв за основу данные службы стандартизации. Ныне платье, как и автомобиль, собирается на конвейере; не вняв рекомендациям стандарта, не освоив их, проблему, видимо, не решить. И только располагая тщательно разработанными лекалами, математическими формулами, можно делать хорошие, безукоризненно сидящие костюмы.

...Ведь это только по названию швейная промышленность — легкая. На самом деле это трудоемкая, не простая промышленность. Если бы все было легко и просто, дело давно уже пошло бы отлично. Мне рассказали, что швейные главки Министерства легкой промышленности Российской Федерации за один год издали около десяти приказов о качестве. Но то ли приказы были не те, то ли выполняют их не так — скверный костюм прорывается на прилавок, добирается до покупателя. Как это происходит? По-разному...

Конвейер, конвейер... Неужели он во всем виноват? Вижу, как красиво, споро идет работа. Несколько десятков секунд — готов костюм. По норме полагается больше времени, но работники фабрики подчитали свои возможности, пересмотрели нормы, и вот, пожалуй-ста...

— Может, за счет качества такие скорости?

— Сейчас мы это проверим.

Сотрудник Госторгинспекции направляется в конец конвейера, туда, где пуговицы пришивают. Здесь тоже несколько манекенов, на них сшитое изделие проходит одну из завершающих проверок. Рукав вшит — заглядание. Спинка — ровности идеальной. Борта костюма тоже хороши. Придирчивый контролер не может найти огреха.

И все же костюмы эти не кажутся мне эталоном элегантности...

Мы стали анализировать работу конвейера. Шаг за шагом. И пришли к выводу, что большая доля вины приходится не на шитье, не на модель, часто даже не на ткань, а на то, чего покупатель сначала и не замечает, — на прикладные материалы.

...И вот какое сравнение мне привели. Если плох фундамент, дом рано или поздно оседет, скособоится, а то и треснет. Есть свой фундамент и у костюма, он называется каркасом. Прикладные ткани

и материалы — это и есть каркас. Если поставить плохую бортовку, не жди элегантности. Сейчас все больше входят в практику дублированные ткани (к основной подклеивается вторая, попроще, подешевле, но обладающая важным свойством: хорошо держит форму). Идут они на пиджак, на его переднюю часть. Но не всюду это делают, кое-где только еще нацеливаются. Причина? Дублирование увеличит себестоимость. Выиграет качество? Конечно! Но себестоимость...

Да и мало тканей для дублирования. Предприятия обивают пороги поставщиков, но порог — это еще не хорошая бортовка.

— Бьемся-бьемся и никак не можем получить высококачественный приклад, хорошие пуговицы и нитки, — с горечью говорили мне на нескольких швейных предприятиях.

Проблема фурнитуры, подкладки остра. Все, что идет на костюм, должно быть одинаково высокого качества. Подкладка — в точности соответствовать верху, прежде всего по усадке. Мне показали бобину с ...бесцветными нитками. Ими шьют, и они принимают цвет той ткани, из которой шьют костюм. Строчка получается почти незаметной. Помимо того, эти нитки эластичны, что придает шву стройность (вспомним и тут об элегантности!). Но мало таких ниток. Шьют современный костюм нитками, созданными много лет назад, устаревшей структуры.

С главным инженером, с инспекторами, с работниками ОТК предприятия мы были на складе готовой продукции. Продолжали разговор. На «Большевичке» есть отдел, который занимается только качеством. Казалось бы, зачем? Если сравнить костюмы «Большевички» с изделиями некоторых других фабрик — явное предпочтение московской продукции. Но требования покупателя заметно опережают то, что делают сейчас на этом московском предприятии. Поэтому предстоит заниматься качеством во всех его аспектах — в том ряду и «неуловимых», не входящих в технологические карты. Но не видел я в производственных планах такой показатель, как элегантность, — как без этого справиться с главной заботой?

Сотни тысяч костюмов, что дает «Большевичка» ежегодно, ежегодно же заказываются торговлей. Это, конечно, вносит в работу некоторый элемент успокоенности... Но костюмы еще надо не только доставить в магазины, но и продать. «Большевичка» давно осуществляет прямые связи с торговыми предприятиями. Фабричный склад — словно филиал магазинных залов. На складе свои сушики — у отдела «Мужской моды», у ГУМа, у ЦУМа, у магазинов помельче. Неподалеку от фабрики открыт свой фирменный магазин — в него дорога проторена особо частыми маршрутами. Отсюда, с предприятия, везут костюмы в специальных машинах. Но бывает и так: отужуженные изделия навалом грузят в контейнер. И они попадают в магазины в таком виде, что даже хорошо сшитый не разглядишь, не захочешь купить: так измят. Да разве можно так-то с костюмом?

Заканчиваем выборочную проверку. У пятнадцатого по счету костюма находим что-то неладное с рукавом. Признаться, я бы не обратил внимания на эту мелочь. Но от инспекторов она не укрылась. Изделие возвращают в цех. Такое бывает. Случается, в костюмах, уже сшитых, приходится устранять те или иные дефекты. На пути брака стоит отдел технического контроля и сами рабочие. Важно, конечно, что брак нечасто попадает в магазины. Однако какая-то часть костюмов, к сожалению, попадает на прилавок. Хорошо, если в магазине выловят недоделку... Но бывает и так, что она, миновав все фильтры, доходит до покупателя.

А в среднем все вроде бы неплохо... Тогда почему же костюмы иногда залеживаются в магазинах? Не из-за того ли, что они порой не очень элегантны? (Я не случайно так часто пользую это слово. Хотелось бы, чтобы этим определением оперировали не только в домах моделей, но и тут, на конвейере.)

— Если костюмы, лишенные элегантности, залеживаются, значит, элегантность — категория экономическая? — спрашиваю я.

— Давайте прежде всего уточним термин. Поставим его на трех китов: моду, качество пошива и качество ткани.

Что ж, пусть будет так. Но ведь, опираясь на эти составляющие, нельзя определить: элегантны ли костюмы?

— Шит безукоризненно, — говорит инспектор. (И это так) — Ткань хорошая. (Тут уж и я разбираюсь.) Модно ли? Говорят, что да.

И тем не менее костюм неэлегантен. В чем дело? Нет в костюме «изюминки». Мое представление, конечно, субъективно, и я провожу эксперимент: заметив, что костюм идет в магазин «Мужская мода», делаю на ярлыке почти незаметную пометку. Затем еще на одном ярлыке, на третьем... Через несколько дней я приехал в магазин «Мужская мода» и, представьте, нашел два из трех «меченых» костюмов. Не купили их и на следующий день.

— Почему? — спросил я одного из кандидатов в покупателя.

— Не очень хорошо сидит...

— Почему не купили? — этот вопрос следующему претенденту на обновку.

— Все портят пуговицы. Посмотрите, застегнул пиджак, и он сразу стал неэлегантным. (Наконец-то об элегантности сказал не автор, а покупатель.)

— Если костюм не покупается потому, что он неэлегантен, значит, это категория экономическая?! — На этот раз я говорил с художницами Общесоюзного Дома моделей.

— Не можем согласиться! — возражали мне. — Элегантность — это эстетика.

— Может ли ГОСТ включить в себя формулу элегантности?

— Не знаем, не думали над этим, — так мне отвечали в отделе теории и перспективного развития ассортимента изделий и моды

ВИАлегпрома. — Вообще-то в ГОСТ вносятся конкретные показатели, которые легко проверить.

Профессор В. В. Бойцов как-то заметил в «Коммерческом вестнике»: «Стандарты диктуют размеры, разумный крой, носкость вещи, критерии ее оценки, оставляют полный простор для творческой фантазии художников-модельеров, создающих самые разнообразные конструкции и фасоны модной, элегантной, современной по силуэту одежды...»

В отделе легкой промышленности Госстандарта СССР на мой вопрос о взаимоотношениях элегантности и ГОСТа отвечали: «Элегантность? Это понятие складывается из тех элементов, что перечислены в ГОСТе. Соответствующий его требованиям образец костюма, его эталон, обычно бывает элегантен. Особенно если он сшит на хорошем предприятии. Беда в другом: продукция с конвейера подчас не похожа на эталон. Вот в чем зло». Формула элегантности может, — бесспорно, сделать это вовсе не просто, я понимаю, — быть введена, включена в ГОСТы. Как это сделать? Пожалуй, сразу не придумаешь, но коль скоро характеристики идущих на костюмы тканей и фурнитуры можно заложить в ГОСТ, значит, можно и общую гармонию шитья костюма поверять «языком алгебры»?

...Никто, кажется, не ведет статистики отступлений от образца, от эталона. А это была бы поучительная и полезная статистика. И еще: покупателю не дано судить, есть ли такие отступления. Нельзя ли утвержденный образец-эталон выставлять в торговых залах хотя бы крупнейших фирменных магазинов? Чтобы было с чем сравнить покупаемый костюм. Вот образец, а рядом массовый пошив. В магазине «Мужская мода» эталоны есть, но не тех костюмов, что сейчас в продаже, а перспективных, завтрашних.

Часть вины за неэлегантный, а то и просто плохо сшитый костюм должна взять на себя торговля. Я был как-то на заседании коллегии трех ведомств — Министерства торговли РСФСР, Министерства легкой промышленности РСФСР и правления Роспотребсоюза. И вот какое признание услышал в выступлении одного из руководителей швейной промышленности:

— Самое страшное для нас — непроданные костюмы.

Тут же было сделано уточнение: 50 (пятьдесят — половина!) процентов костюмов, сшитых на одной из фабрик, не были проданы на оптовой ярмарке: торговля поставила перед ними заслон. Отлично! Но швейники, не взяв торговлю приступом, пустили слезу, разжалобили торговых работников, и те понемногу стали принимать товар, от которого недавно отказывались...

Судьбу этих костюмов легко представить.

...Теперь осталось выполнить данное читателю обещание — поговорить об авторстве. Анонимность малопочтенна. Уж не потому ли ее охотно используют и бракоделы? — задался я вопросом, рассматривая некое изделие, похожее на обычный консервный нож;

да и продавец утверждал: это нож для консервных банок. Но едва я нажал на лезвие, оно стало пружинить и прогибаться. Продавец стеснительно отворачивается, он понимает, что таким ножом консервную банку не одолеть...

Кто выпустил такую халтуру? На белой пластмассовой ручке — несколько букв аббревиатуры. Расшифровать ее не удастся. Но есть основание предположить, что сделано сие в Одессе, тамошними шутниками. Видимо, было приурочено к дню смеха, но за этот день (и в последующие за ним месяцы) все не распродали, вот и передали часть тиража в обычную торговую сеть. Чтобы мог всласть посмеяться над собой доверчивый покупатель?

Передал я ножичек специалистам торговли хозяйственными товарами, они подтвердили: пользоваться им нельзя. Но автора (завод-изготовитель) установить не смогли. Обратился я в Госторгинспекцию (где и сейчас лежит этот нож — на опознании). Там перерыли все каталоги, опросили знатоков — тот же результат.

Брак идет, а бракодела нет! Точнее, он неизвестен. И никто до него не может добраться.

Если бы опыт такой не был распространен, не стал бы я писать эти заметки. Но вот захожу в магазин одежды. Знаю, да и ни от кого это особо не скрывали, что швейная фабрика должна поставить сюда костюмы, сшитые по разработке известного Дома моделей. Довелось видеть их в демонстрационном зале — прекрасные костюмы, не всякий импорт выдержит сравнение.

Спрашиваю: есть ли в продаже эти модели? Меня не сразу понимают, но мы все же выясняем: да, есть. Артикул номер... Объясняю, что ищущий не артикул, а костюм, сшитый по модели такого мастера, даже называю его фамилию.

— Откуда же нам знать имя модельера? — искренне удивляется продавец...

Мы просматриваем десяток пальто и костюмов, к которым не всегда аккуратно, но почти всегда накрепко, основательно прикреплены невзрачные ярлыки. Все, что удается вычитать на них: размер и рост. Иногда — название ткани. Длиннейший, мало кому понятный артикул. Адрес фабрики. «А кто автор модели? Кто шил костюм?» На меня смотрящий уже не только с сочувствием, но и с раздражением: и настойчив чрез меру и непонятлив к тому же.

А почему непонятлив? Совсем наоборот. Смею предположить, что не личная скромность руководила модельером или директором фабрики, когда они не указали на том же ярлыке свои фамилии, — я отлично понимаю это... Не хотят, чтобы их доброе имя упоминалось рядом с пальто или костюмом такого качества, из такой ткани. Запомнился мне первый образец этой серии — не костюм, а картинка из журнала мод. А тут и ткань иная и строчка не выдержана, вильнула в сторону. Пуговицы же — боже мой, кто сотворил такие пуговицы?

Не хотят швейники назвать себя. Но покупателю полезно знать их фамилии, чтобы в последующем избегать моделей, «сооруженных» под руководством такого-то директора. Увидел знакомую фамилию — и обошел пальто стороной. Надо знать имя человека, который пытается испортить настроение покупателя. Пусть шьет и складывает на базе; правда, здесь и без того неходового товара уже скопилось на несколько десятков миллионов рублей — запасы пополняются прежде всего такими вот безмянно-халтурными поделками...

Дома моделей одежды доброго влияния на работу швейной промышленности почти не оказывают. Во всяком случае, в торговом зале их участия не ощущаешь. Может, модельеры об этом не догадываются? Не будем лукавить — они все знают. Иначе не стремились бы к нынешней анонимности: не такие уж они скромники, чтобы избегать славы. О другом их забота: чтобы ярлыки не разнесли по белу свету их бесславию... А покупатель вправе попросить, предложить, потребовать — публикуйте на ярлыке имя, фамилию и отчество автора модели. Если он хочет, чтобы его серийная модель была тютелка в тютелку похожа на образец, пусть поедет на фабрику, пусть поговорит с мастером, с начальником ОТК, с директором. Пусть дойдет до министра легкой промышленности — все эти усилия зачтутся. Но не рвется что-то модельер по крутым ступеням, а безмянный ярлык укутывает его от покупателя.

Любой товар должен начинаться с этикетки, дающей сумму определенных сведений. И среди прочих данных желательно видеть фамилии модельера и мастера. Это как минимум. Нам же пока что с готовностью предлагают «ОТК № 8». Но я не хочу общаться с номером, да номеру и не бывает стыдно.

Если же вещь красива и приятна, у ее владельца не появится желания сообщить об этом «гражданину ОТК № 8»; а человеку (имя-рек) он, может, и напишет несколько хороших слов.

Дурная манера анонимности расплозается все шире. Обошел с десятков швейных ателье, побывал в мастерских по ремонту обуви и радиоаппаратуры. Приглядывался к мастерам, к приемщикам; может, они представляются клиенту? Или хотя бы их фамилии, имена и отчества можно узнать по личному знаку, что украшает фирменную куртку или комбинезон? Делают же так в лучших магазинах.

Повышение ответственности — дело чести не только фирмы, но и мастера! Все резервы следует подключить к решению задач, поставленных недавно постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О дальнейшем развитии и улучшении бытового обслуживания населения».

...Допускаю, скромны, «забывчивы» некоторые работники службы быта, обременены ремонтом сверх меры; вот руки и не дошли до таких визиток. Пусть тогда укладывают в отремонтированную пару ботинок или вписывают в квитанцию на снова заговоривший (их старанием)

радиоприемник несколько строк. Дескать, ремонт выполнял такой-то. Спасибо за доверие! А если что не так, позвоните, вот номер телефона. Может, где так и делается, но мне встречать подобную манеру общения не приходилось.

Беда с анонимами. Будто и нет на них управы... На банке овощных консервов — никаких данных о составе. Написано «овощная смесь». Но что там смешано-то? Диетологи требуют — правильно делают — не переедать. А я не знаю, сколько того, чего я не должен переедать, находится в брикете сметаны. Сколько там калорий, белков, каково процентное соотношение важнейших, как говорят специалисты, ингредиентов? Предельный срок реализации сметаны тоже обозначен так скромно и незаметно, что его подчас не видят даже торговые работники. Вот и продаются порой продукты, срок годности которых миновал. А уж этикетки продуктов скоропортящихся должны бы быть совсем необычными: все даты — крупно, броско. Да и цветом такому ярлыку следовало бы выделяться. Неужели авторы этикеток не понимают разумности столь очевидного решения? Или им кто-то препятствует? Тогда кто? И тут фамилия не окажется лишней...

Пренебрежение к этикеточной информации пытаются преодолеть лучшие предприятия пищевой промышленности, но их пока немного — фабрик и объединений, рискующих выносить полные сведения о себе и о товаре на этикетку. Их единицы. А товаров по стране выпускается — 300 тысяч наименований, около миллиона разновидностей.

Кто их сделал, из чего? Хочу знать авторов, чтобы сказать им: «Браво! Спасибо!»

Или для того, чтобы отвернуться, не подать руки бракоделу...

БУКВА «Н», А СБОУ — БАНТИК

Магазин ломился от товаров. Я смотрел на расплюснутые теснотой пальто и плащи и думал: вот принесут еще десяток-второй, и стены опрокинутся под напором этакого неразумного обилия. И все выплеснется на улицу — говорливую, по-легшему яркую, где все так хорошо и нарядно одеты. В купленное здесь? «Не стал бы так утверждать», — продавец сомневается. «Вы, к примеру, рискнете ли в такой костюм облачиться?» — и показывает мне темный, унылой расцветки изделие с маркой весьма известной фабрики. Порядка ради изучаю фасон, рассматриваю ткань, обращаю внимание и на ярлык — невзрачный, в блеклых тонах исполненный. И вижу на нем букву «Н». Известно ее назначение — это символ новизны, это своеобразный сертификат моды, это, считайте, товар из завтрашнего дня! Может, он только что выпорхнул из рук модельера-кудесника? Выпорх-

нуть-то выпорхнул, но не полетел. Застрял в магазине, никто не соблазнился новизной. Потому что ее нет. И не было. Товар новинкой признали на самой фабрике и утвердили сию сомнительность авторитетом художественного совета. А так, откуда ни посмотри, обычайший костюм. Рядом десятки подобных — только без индекса. «Отчего «знка»? Сейчас разберемся...» — приходит на помощь продавец. Но это сделать нам не удалось при всем старании. Похоже, только фабричным фокусникам известен ритуал перевода обычного изделия в разряд новых. «Может, где строчка изменена, — рассуждает между тем продавец. — Или пуговицы другие поставлены?»

Существенно ли это отличие? Да и его мы никак не можем найти. Однако раз позволили «Н», почему не побаловаться индексом, тем более, что он дает швейному предприятию известный приварок — доплату за новизну. И ярлыки бойко проштампелевывались: «Н», «Н», «Н»... И заводская касса уже распахнула дверцы сейфов, чтобы принять некую сумму, причитающуюся как надбавка за выпуск новой продукции. Это, к слову, отвечает букве «Инструкции о временных ценах на новые товары народного потребления улучшенного качества». Но противоречит духу этого документа. Далеко не совершенного документа. Около пяти лет назад появилась эта инструкция — и помогает промышленности собирать дань как за новинки, так и за псевдоновинки: их много появляется в последнее время. Инструкция дает весьма широкое толкование новизны: тут и конструкция, и оригинальность модели и фасона, и улучшенная отделка, и колористика. Иная швейная фабрика и вычитывает то, что ей нужно. Есть ли ограничения? Да, есть, но они так сформулированы, что позволяют и вольное толкование. Они делают «Н» некоей абстракцией, за которую, напомним, причитается вполне конкретная надбавка. Ведь та же «оригинальность» — категория, математическому обсчету не поддающаяся. А ввести бы более четко выраженные критерии и оценки...

Одно из челябинских швейных предприятий запросило — и получило! — 50-процентный «гонорар»; тоже за новизну, ленинградское швейное объединение оказалось менее удачливым: здесь за каждую из четырех моделей пальто получили «всего» по десять надбавочных процентов. Но получили, а «новые» изделия застряли в магазинах, отворачивается от них покупатель.

...Идет заседание художественного совета, привезли сюда десятки моделей обуви. Промышленность напориста, она настаивает: выдайте право на индекс «Н»! Напекает, если не получим, едва ли сможем пустить на конвейер. Одна модель рассматривается, вторая, третья... Но из 192 образцов на «Н» вытянули всего семьдесят девять. А ведь фабрики предлагали считать новым все представленное — несмотря на ординарность моделей, на обычность изготовления. Почему так нестроги к себе специалисты легкой промышленности?

Когда устанавливался временный статус новинки, предполагалось, что это будет элитный, отменных достоинств товар. Но вот захожу на оптовую ярмарку хозяйственных изделий. На одном из стендов — почтовый ящик унылого серого цвета. И на нем, словно, издеваясь над неуклюжей формой лженовинки, изящная буква «Н». Беседую с теми, кто представил это изделие, в общем-то нужное, обиходное, но вовсе не новое.

— Нет, это именно новинка! — настаивает представитель завода. — Мы такие прежде не выпускали.

Новинка заводского масштаба? Полноте, не абсурд ли это? Снова туфли: такие же, какие в магазинах; да и в неликвидах их — полным-полно. Только бантик перешили: справа — налево. Новинка!

Но знакомлюсь с материалами проверок, проведенных Госторгинспекцией РСФСР. «По наличию грубых производственных дефектов и отклонению от утвержденных образцов-эталонов» за один квартал (четверть года) браковалось от 9 до 100 (!) процентов обуви, выпущенной архангельской «Северянкой», курганской фабрикой, а также в Горьковском и Приморском обувных объединениях. А товар-то с индексом «Н», а то и со Знаком качества. Пятьсот пятнадцать пар обуви Ростовской обувной фабрики (тут есть и с «Н» и со Знаком качества) забракованы по «дефектам производственного характера». Значит, на качество сырья производственникам вину за брак свалить не удастся... Тюменский камвольно-суконный комбинат добился — ткань «Икар» получила статус новинки. Но это не спасло ее от крайне низкого качества; почти треть продукции забракована.

Позвольте, о чем же тогда говорит этот знак — «Н»? Зачем же так безответственно и беспардонно его эксплуатировать?

...Зашел я однажды в один из лучших ленинградских магазинов, там проводилась в те дни выставка товаров народного потребления, выпускаемых предприятиями города. Около нового в ту пору пылесоса «Электросилы» обратил внимание: завод гарантировал пятилетний срок его безотказной работы. К тому же проводился конкурс с покупательским опросом; изделие было широко рекламируемо — о нем можно было узнать все, самую малую малость. Сколько лет прошло с того дня, но и сегодня пылесосы «Электросилы» занимают верхнюю строчку в списке наиболее покупаемых товаров. А началось все с экономически грамотной работы с новинкой. Значит, у лучших предприятий есть понимание подлинной новизны.

Нетрудно предположить, что новинка — вещь, о которой сегодняшний рынок и представления не имеет. Нечто, обладающее достоинствами, которых нет у ранее выпускавшегося товара. Новинка вышла из конструкторского бюро, а затем с заводского конвейера не для того, чтобы поразить покупателя буквой «Н», а с тем, чтобы дать преимущества перед известным товаром. Новому изделию положено

отличаться от предшественников удобствами, красотой, моделью, возможностями, да и гарантийным сроком, наконец. В одном из экономических докладов, подготовленных Министерством торговли РСФСР, вычитал: «довольно часто ассортимент расширяется не за счет появления действительно новых товаров, а за счет различия в незначительных деталях. Сопоставляя различные варианты одного и того же товара, покупатель затрачивает на это лишнее время».

Проводилось как-то совещание, пытавшееся определить экономическое и житейское наполнение формулы новизны. Один из опытейших товароведов заметил: можно ли считать товар новинкой, если срок гарантии на него меньше, чем на подобное серийно выпускаемое изделие.

В столичном ЦУМе, магазине, заслуженно прославленном и дорожающим своим реноме, я попросил познакомить меня с новинками. Главный товаровед позвонил на склад: «Неходовые новинки еще не вывезли? Мы сейчас зайдем на них посмотреть». Обыкновенные костюмы — в любом магазине таких полным-полно. Мы перебрали пар двадцать. Почти неотличимы от соседних, «Н» не отмеченных, так сказать, серийных. «Новинка из прошлого года?» Подтверждают — да. Сколько угодно. Повисели эти костюмы в торговом зале; никто на них не польстился. Товар же поступает чуть ли не ежедневно. Вот и пришлось все «неходовые» (не правда ли, изящный термин для пальто или костюма-новинки?) перенести на склад. (Экономический обозреватель газеты «Советская торговля» писал: «В магазинах и на складах оптовых организаций скопилось на 1,7 миллиарда рублей неходовых и залежалых товаров устаревших фасонов и моделей».) Вот и здесь — ворох костюмов и пальто. И оценить нельзя — инструкция возражает против оценки изделий с индексом «Н». Полежат они еще какое-то время, конечно, определят их дальнейшую судьбу. Может, заберет костюмы оптовая база и, не исключено, отправит куда-нибудь в другой город — подальше от привередливого (с точки зрения швейников) покупателя.

С заведующей секцией Валентиной Алексеевной Котовой мы говорим обо всем этом. «Да, индексов «Н» больше, чем настоящих новинок. Размыты критерии определения новизны — отсюда беды». Судьба нового товара не безразлична торговым работникам, она их заботит и волнует. Но не берут они на себя такую смелость, как некоторые руководители швейников. Не называют черное белым, а лженовинку новинкой. Ветеран торговли, один из опытейших московских продавцов Игорь Михайлович Саушкин показывает мне несколько пальто. Делает он это с каким-то профессиональным шиком — давненько не приходилось встречаться с таким мастерством. Но и оно делу не помогает — не смотрится товар. Для пальто использовали никчемный драп. Не ткань, а мануфактурный вздор. Не пальто, а балахон с дорогим воротником.

— Не покупают? — участливо спрашиваю я. Игорь Михайлович

виновато разводит руками, словно он причастен к халтурной поделке. Объявляет негромко, явно переживая за чей-то брак.

— Это ж, извините, не пальто, а воротник с нагрузкой...

Воротник и впрямь хоть куда, роскошный воротник. «А ткань такому меху — не сосед. И пальто насмарку».

— А вот, посмотрите. — Игорь Михайлович оживает, светлеет. — Вот новинки «Салюта», «Радуги». Любо-дорого посмотреть. И пошив отличный...

Значит, подчеркнем еще раз, на дорожащих своей маркой предприятиях знают отличие между товаром новым и выпускающимся давно. Между хорошим и дурным.

А другие? Но «Н» и тут действует, но — действует как индульгенция. Нельзя раньше определенного срока переоценить неходовое изделие, нельзя и снять его с продажи. Однако завод или швейную фабрику это не очень и заботит. Товар вышел за ворота, банк уже перечислил за него деньги. Продастся пальто или будет занимать складскую полку — не это определяет экономическое благополучие промышленного предприятия, а вал, общее выполнение плана.

...В экономике бытует термин: по конечному результату. Для пальто и костюма, для холодильника и телевизора, даже для бельевой прищепки этот результат — товар продан! Может, только после этого и перечислять деньги тому же швейному объединению? А для новинки установить особый, еще более жесткий режим: не продали в течение одного-двух месяцев, автоматически снимается индекс «Н», товар переходит в обычный ряд.

Известный экономист, профессор А. В. Орлов так определяет новизну: когда говорим о новинке, то имеем в виду товар, который недавно появился в продаже и ранее не был известен покупателю.

На мой взгляд, эта простая, житейски понятная, да и научно обоснованная формула как нельзя более подходит для выявления новизны. К чему же огород-то городить, искать и находить такое сложное толкование новизны, которое и тень на плетень наводит и оставляет лазейки для некоторых недобросовестных руководителей фабрик и заводов? Нужна четкая методика определения подлинной новизны товара. Пора подумать и над тем, чтобы многочисленные «временные» инструкции и распоряжения были доработаны настолько, чтобы словечко это, «временные», можно было снять. И тогда будет ясно — впрямь новый товар объявился на рынке или это подделка под новизну; новинка фабричного масштаба; новинка для директора предприятия, а не для покупателя, который понимающ и разборчив...

Если псевдоновому товару не поставить заслон, он будет продолжать свое пагубное нашествие, пожирая на своем пути материалы и труд, занимая склады и торговые залы...

У этих экономических заметок есть продолжение. После опубликования их в «Огоньке» отозвались Госкомцен СССР и Министерство торговли СССР. Поддержав точку зрения журнала, руководители этих ведомств сообщили: инструкция перерабатывается, требования к товару, претендующему на новизну, повышаются.

ВРЕМЯ «СЛАВЫ»

Если на циферблате ваших часов написано «Слава», значит, они отсюда, из цехов 2-го часового завода. Миллионы часов делают здесь — элегантных, современных. Знают их и у нас и в других странах. В Англии они называются «Секонда», в Канаде «Кардинал». Одна из английских газет констатировала: «Первое успешное «проникновение» советских потребительских товаров на западные рынки началось с поставки часов. Игра стоила свеч, и «Глобал уотчез» намерена продать в Англии полмиллиона часов «Секонда».

«Слава» пунктуальна. «Слава» любит точность. Это всегда хорошо. А для часов такое достоинство — первейшая обязанность. Ежедневно тысячами сходит «Слава» с конвейеров Второго часового завода — чтимого, прославленного предприятия. Того самого, что начинало, по нынешним-то меркам, совсем неприметно: простенькими будильниками. В ту пору, случалось, говаривали: «Часы — для красоты, а время — сам знай...»

Но вот «Трест точной механики», выполняя постановление Совета Труда и Обороны: «...организовать проектировку фабрики для производства часов с производительностью до 500 тыс. карманных часов и 500 тыс. крупных часов», построил в Москве Первый и Второй часовые заводы.

И все же солидная швейцарская газета тогда писала: «Ни сегодня, ни завтра Советам не удастся стать фабрикантами часов». А один из западных промышленников, побывав на нашем часовом заводе, все же снисходительно «разрешал»: «Возможно, внуки этих людей научатся делать часы...» Заводчане эти строки лихом не поминают. Народ тут работает добрый, не злопаятный народ: сказал, дескать, кто-то по незнанию... «Мерили-то своими мерками».

И Михаил Кольцов приводил в своем очерке такой диалог:

«Вам марки «омега» прикажете? Прекрасные часы, старая швейцарская фирма.

— Знаю. Нет. Что-нибудь получше.

— Тогда «лонжин»?

- Лучше.
- Что же тогда? Может быть, «мозер» последней модели...
- Нет. Лучше. У вас наших московских «Точмех» нет?»

Писатель подвел итог этому разговору продавца с покупателем: «Мы ждем, что эта волшебная картина скоро станет четким фактом».

Узнал я об этом в заводском музее, где застыли в немоте часы. Но почему-то кажется, — если они сейчас пойдут, то начнут рассказывать о времени, когда полочка или старость остановила движение стрелок. Или своими воспоминаниями заберутся еще дальше, в пору, когда появились первые механические часы и сделали свой первый шаг, и пошли вперед — отсчитывая время... «Сей же часник наречется часомерье, на всякий же час ударяет молотом в колокол, размеряя и считая часы ночные и дневные». Это из очень старой летописи... Но, стало быть, часы, о которых она говорит, еще старше. Делали их издавна — совсем простенькими и роскошными, изысканными и грубыми, дешевыми, вошедшими в энциклопедию Брокгауза и Ефрона как «ходуны или екальщики», и дорогими. Если набраться терпения, заходить в этот музей, может, окажутся здесь когда-нибудь и часы, о которых еще Алигьери Данте сказал: «... которых бой знакомый нас будит в миг...»

Сейчас 2-й часовой ежегодно дает миллионы часов, на его знамени — два ордена. Окажетесь на Выставке достижений народного хозяйства возле Всесоюзной Доски почета, увидите на одном из ее золотистых полукружий свидетельство того, что коллектив удостоен знака «За трудовую доблесть в девятой пятилетке».

Шел завод к своим успехам дорогой не проторенной, сам ее себе прокладывая, искал не как проще, а как лучше. А это «лучше» составляется из такого множества дел и забот, что и не перечислишь все. Такое, например, дело: мода на часы. Еще вчера женщины атаковали прилавки, на которых были выставлены крупные мужские часы, — мода! Но снова вернулся нормальный вкус, и потянуло к элегантности. Затем и к ней потребовались поправки и уточнения: изящество, красота и нестандартность внешней отделки, чувство стиля, чтобы часы «вписывались» в костюм, не нарушали ансамбля. Масса позиций, которые нельзя не учитывать. Речь идет, как понимаете, не только о технических высотах, но и о таких, казалось бы, неинженерных показателях, как требования дизайнеров.

— Красота, элегантность часов — категории экономические, — говорили мне в отделе главного конструктора завода.

Одна из точек отсчета в объединении — новые конструкции. О них мы и продолжаем разговор.

— Что такое современные часы? Прежде всего точность и надежность. Когда конструкторы и технологи ввели и узаконили секундную стрелку, это сразу повысило степень потребительского

доверия к модели. И по-другому пошел отсчет времени. Такие — с секундной точностью — часы дисциплинируют человека; значит, берегут его время. Но секундная стрелка продиктовала и новые требования к механизму. Он должен обеспечить повышенную точность хода, не нарушая красоты часов. Скажем, были модны сверхтонкие часы — механизм им соответствовал. Потом стали носить часы массивные, и механизм изменился. Это объективная закономерность, нельзя ею пренебрегать.

Ныне устанавливаются опережающие показатели не только для конечной продукции, но и на промежуточных этапах ее изготовления. Отработал, скажем, такой классный мастер, как А. М. Похмельнова, наиболее эффективные операции, отшлифовал их до тонкостей, до автоматизма, предложив тем самым своего рода технологию завтрашнего дня, — ее выверяют технологи, специалисты по экономике труда и вводят в ритм конвейера. Соседи заводчан и их коллеги — ученые Научно-исследовательского института часовой промышленности и других институтов и организаций разработали методику, позволившую при испытании наручных часов использовать ЭВМ, а уж она-то не даст качество в обиду. И завод начинает (но с неспешной основательностью) вводить ЭВМ на предприятии, хотя знает, что с ЭВМ не договоришься в конце месяца, когда наступает запарка: будь, дескать, покладистее, ведь плюс-минус десять — пятнадцать секунд — беда невелика.

Есть и на заводе весьма строгий страж интересов покупателя — отдел технического контроля с Борисом Ивановичем Козловым во главе. (Теперь Б. И. Козлов — главный инженер Второго часового. Этот перевод его, строгого контролера качества, это повышение в ранге я расцениваю, как еще один факт внимания к качеству. Пришел бы на должность главного сбытовик, а бы мог подумать: заботятся о том, чтобы больше часов ушло с завода. Утвержден же главным инженером специалист по качеству, и я смею предположить, что предприятие именно качественные показатели выводит как первую задачу.)

Служба эта, ОТК, находится на той самой полосе, по одну сторону которой — предприятие, а по другую — покупатели. Работники хотя и состоят в штате завода (что, на мой взгляд, все же спорно: раз подчинен директору завода, раз ты в том же ведомстве, а, скажем, не в службе Госстандарта, всегда найдется на тебя управа, всегда смогут усмирить и урезонить самого неговорчивого контролера...), но не забывают о своей обязанности — представлять и покупателя.

— Считаете ли вы возможным один процент брака? — не то спрашивал, не то вслух рассуждал Борис Иванович. — Вроде бы что за беда — один процент? Но попробуем перевести его из сферы цифр в сферу повседневных, обыденных взаимоотношений. Допустим, девяносто девять покупателей приобрели вполне доброкачественные

часы, а сотый — с браком. И вот этот один судит о нашем предприятии не с позиции тех девяноста девяти, а со своей. И он, разумеется, прав.

Поэтому здесь введена строгая система проверок.

— Частокол? И ему присуща случайность? Что-то с дефектом проскользнет, а с крохотной неполадкой застрянет.

— Не частокол, а технологическая дисциплина, — уточняет Козлов. — Завод такого класса, как наш, не может позволить себе никаких послаблений. Готовые часы месяц не выходят с завода — проверяются.

Умение, мастерство, опыт, высокая требовательность — солидные слагаемые на пути к первоклассным часам. Но все же есть на этой линии уязвимые участки... Закон делового партнерства, который на самом заводе хотели бы возвести в принцип, не всегда соблюдается смежниками.

Важнейшая деталь часов — пружины. С ними много бывает хлопот. Поставляет их сталепрокатный завод. Не вдаваясь в анализ сложившихся с ним взаимоотношений, скажу, что нередко полученные пружины не соответствуют утвержденному стандарту и техническим условиям.

У часовщиков есть такое профессиональное понятие — «оценочное число». Чем оно ниже, тем лучше механизм. Обратная, так сказать, зависимость. В швейцарской промышленности, пока занимающей по количеству и качеству выпускаемых часов первое место в мире, такое число — допустимый «потолок» — 22 единицы. А для дорогостоящих, экстра-класса — 4—6 единиц. «Слава» вышла на такие позиции: 10—12 единиц. Я говорю о мужских часах еще и потому, что выпуск их растет особо заметно.

Разумеется, появляются в заботах производителей не только хорошо отработанные и всем известные изделия. Сходят с конвейера наручные кварцевые часы. Внешне они в общем-то мало чем отличаются от механических, но кварцевые — это шаг вперед. Едва они появились в магазинах, сразу вызвали повышенный интерес. Как же — изящны, но не слащавы, есть в их облике мужское начало. А главное, точность хода: отступления — 0,3—0,5 секунды в сутки.

И вдруг — осели часы в магазинах, не пошел «кварц». Что его притормозило? Это еще надо изучать — и инженерам и экономистам. Вот снизили цены. Интерес к кварцевым моделям оживился. Надолго ли?..

Помнится, я спрашивал Козлова:

— Кому ОТК безоговорочно доверяет?

Он улыбнулся:

— Доверяет всему заводскому коллективу и, несмотря на это, проверяет всю продукцию.

Тогда я сформулировал вопрос иначе:

— Чья продукция вызывает меньше всего нареканий?

— Побывайте в двадцать первом цехе и познакомьтесь со сменой мастера Елены Семеновны Холмаковой.

...Мы нередко и охотно повторяем: все зависит от людей. Но люди-то разные, даже если делают одно дело. Несколько дней я присматривался к тому, как работает на этом участке, в этой смене Антонина Михайловна Похмельнова.

— Случается, приходит к нам девушка, — говорила Антонина Михайловна, — а ей бы только пересидеть тут до поступления в институт. Белый халатик, маникюр, чистота вокруг — почему бы год-другой и не поработать в такой обстановке. Пришла — ушла... Осуждать не могу — у каждого свои жизненные планы. Но ведь заводу, да и промышленности в целом, нужны постоянные кадры, люди, преданные выбранному делу, любящие его. А как не полюбить часы? Взгляните-ка на механизм! Сколько в нем завершенности, сколько открытий! Шестеренки как живые. С ними даже поговорить можно... Искать романтику в сборке часов? Но разве нет таинства в том, что руки твои превращают разрозненные, мертвые детали в такой живой организм? Папа Карло и Буратино...

В часах все подогнано, все рассчитано, все красиво, и оживают они в твоих же руках. Не перестаю удивляться этому чуду! Однако по романтическому баллу наша профессия уступает многим другим. Это факт. Но если все подадутся на самую что ни на есть романтическую работу, ну, скажем, в космонавты, кто же для них, для космонавтов, будет рубашки шить, хлеб печь, часы делать? Ведь без часов и космонавты не летают. Это я к тому, что надо реально на жизнь смотреть... Подходит ко мне как-то Галя М. «Скучная, — говорит, — неинтересная работа». Сидела она тогда на сборке основного механизма. Посоветовала я ей перебраться за другой стол, где ладку хода ведут. Это не только сложная операция, есть в ней что-то творческое. Одного умения тут мало, мастер должен чувствовать часы, понимать механизм. Тогда и он доверится мастеру. И вот уже не первый год занимается Галя этим делом. Как работает — загляденье!

Конвейеры в этом цехе не сплошная лента, они здесь индивидуальные. Что это дало? Прежде всего, как считает Похмельнова, избавились от монотонности — на одной операции можно задержаться подольше, а другую, отлаженную, выполнить побыстрее. Время на изготовление часов осталось прежним (и даже уменьшается), но расходуется оно теперь по усмотрению самой сборщицы. Очень толково, продуманно размещены рабочие места. Правда, мне показалось, что сама Антонина Михайловна занимает далеко не лучшее, не самое удобное место. Ветеран, депутат, Герой Социалистического Труда — могла бы выбрать себе...

— А она и выбрала, — замечает мне Е. С. Холмакова. — Вы приглядитесь...

К Похмельновой то и дело подходят — проконсультироваться, показать механизм, который почему-то непослушен. При таком положении лучшее место — в центре участка.

Просто, спокойно, внешне неброско, но с уверенностью, которую дает только отменное знание своего дела, работает Похмельнова. И когда видишь, как обращается она с часами, словно бы ощущаешь качество, которое может быть достигнуто.

...Умение анализировать, считать, задумываться над тем, что делаешь сегодня, каждый день, и о том, что будешь делать завтра, послезавтра, — это воспитывают в людях на 2-м часовом. Здесь поощряют споры о профессии, тут почти все девушки щеголяют с часами, сделанными на родном заводе, — это тоже укрепляет чувство рабочей гордости за свое предприятие.

Перед входом в 21-й цех — просторный, даже парадный холл. Настенная роспись, дорогой рояль, портреты передовиков. И несколько броских строк: «Повышение производительности труда на один процент дает в год 7500 штук часов. Снижение себестоимости на один процент сулит 12 000 рублей в год».

Посчитай, подумай... Без бережливости, может, не было бы и такого холла, куда с охотой навевдаются лучшие артисты, чтобы выступить перед тобой в обеденный перерыв. Если, конечно, останется время от обеда. А оно остается далеко не всегда, потому что столовая плоховата. И готовящая далеко не так вкусно, как надо бы, и посуда какая-то неряшливая. Забегут девчата, на скорую руку перекусят — поскорее бы отсюда. Вот взялся бы кто продолжить счет: на сколько процентов снижает такая столовая производительность труда?

...Недавно был проведен интересный опрос. «Ваше мнение о часах?» — спросили покупателей. Пришло шесть тысяч писем — «рецензий» на часы. И первое место было отдано «Славе».

Идти в ногу с временем — в традициях 2-го часового.

НЕУМИРАЮЩИЙ ЛЕБЕДЬ

Переписал буква в букву: «зверь». Обратил внимание на артикул зверя и еще на одну строчку: «Сорт 1-й». Сделал также фотографию, — иначе могут не поверить, да и сам потом буду думать: не было этого зверя, во сне приснился. Да и расскажу кому — не поверят. А тут фотография, почти документ... Затем в библиотеке пересмотрел справочники, школьные и вузовские учебники зоологии. Похожего зверя не оказалось. Перелистал Пришвина. Взял Брема. Заглянул в «Красную книгу», предположив, что мне попался очень редкий, исчезающий экземпляр. Позвонил в зоопарк, но ничего путного и там не узнал; тогда отыскал номер телефона профессора Банникова и уже был готов пойти к Василию Пескову, но узнал, что он в командировке. Так я и не установил, какой именно зверь отображен на большом листе красной меди. Успокаивало то, что и другие чеканные полотна не вызвали ощущения похожести. «Есенина» выдала лишь трубка

и спасительная подпись. «Хемингуэй» себя тоже наверняка не узнал бы. А Нефертити — того более. Ведь ей, полагаю, не приходилось и имя такое слышать: «Ныфритити». И «Ныфритити» я тоже сфотографировал — вместе с товарным артикулом, со штампом ОТК, с датой выпуска и этикеткой изготовителя этого пугала с массивной челюстью боксера-тяжеловеса. «Кутский лесокombинат Минлесдревпрома УССР», — так было написано черным по белому.

Почему это лесники взялись за чеканку? Никто и на этот вопрос не мог мне ответить, хотя обращался я ко многим. И представители промышленности, взвалившей на себя непосильную для них тяжесть выпуска художественных изделий, и торговли разводили руками. Разговор шел на Межреспубликанской ярмарке галантерейных товаров, на крупном торге, задачей которого было выявить ассортимент товаров на целый год. Вдвойне ответственного прилавка потому, что чеканка — и изящество и изысканность, — чеканка издавна вошла в ряд подарочных, сувенирных изделий. А к ним всегда интерес особый.

Огромный ярмарочный павильон показывал прекрасные вологодские кружева и изумительную миниатюрную роспись Ростова Великого, перегородчатые эмали и берестяные туеса, финифть и резьбу по дереву и кости, лаковые шкатулки, мини-самоварчики из Тулы...

Шел серьезный смотр и торг, на который прислали изделия подлинной ценности, искони народные, традиционные, много лет бережно сохраняемые отличными мастерами.

И над всем этим, как злой дух, царила халтурная чеканка. Ее изготовители понаехали отовсюду, но оказалось, что больше всего чеканщиков живет на Украине, в Закарпатье.

— Наступает чеканный бум? — спросил я одного из коробейников, который наряду с аляповатыми полотнами из меди и латуни приторговывал какими-то нелепыми авторучками и красотками из папье-маше.

— Почему бум? Это розы, — уточнил он, уличая меня в невежестве.

Но розы так же были похожи на розы, как Ныфритити на Нефертити, как С. Есенин на Есенина, как волк в кепочке на персонаж из «Ну, погоди!»

Беспардонность изготовителей псевдочеканных полотен безгранична — это первый вывод, который я сделал после того, что довелось увидеть. Кипучий оптимизм чеканщиков не останавливался ни перед чем. Неведомые миру художники брались за любые сюжеты и лихо выколачивали их в металле. Для чеканки нет ни запретных сюжетов, ни недоступных тем. Она врывается и в живописную классику и в рыночных кошечек. И с одинаковым бесстыдством пытается копировать их, превращая великое произведение в жалкое подобие

подлинника или тиражируя в благородном, ни в чем не повинном металле.

Переходили мы от стенда к стенду, и вспомнил недавнюю встречу на одной южной дороге. Мы приостановились у киоска, и мой спутник начал выбирать сувенир. «Посмотри-ка! — тревожно подозвал он меня, показывая на изуродованный лист металла. «Титан и Изолада», — прочел я под чеканкой. Однако продавщица и бровью не повела.

— Вы сюжет или название покупаете?

Тогда мне показалось, что это хоть и дурной, но короткий эпизод случайность; подошли к киоску и через минуту ушли от него. А тут, на ярмарке, халтура шла многосерийным кошмаром. Она смотрела буквально со всех стендов. Я начал было считать образцы, где-то после семи десятков сбился и перешел на другой счет: на килограммы. Выходило, что на чеканку ухлопали многие тонны прекрасной меди и латуни, которые сами по себе, без прикосновения бесцеремонного зубила и штампа (а то, что чеканку вырубает зубилом, а также штампуют, не сомневаюсь) прекрасны.

Где, к слову, этот металл достали-добыли рукодельники? Мои собеседники не «помнили» или не знали этого. Строго фондируемая латунь тоннами идет в небольшие колхозы, в леспромхозы, видимо, за красивые глаза? А может, появилась иная форма оплаты? Не следует ли ОБХСС поинтересоваться источниками, щедро питающими халтурщиков добротной медью?

Но я начал выяснять другое: как, какими путями-дорогами попала эта халтура на солидную ярмарку? Обращаюсь к управляющему «Укроптгалантереи» и встречаю уже проверенный на мне чеканщиками «метод» — слышу длинную тираду не на тему. Я узнал, какие хорошие на Украине делают электробритвы и как вырос уровень украинской народной керамики.

— А чеканка? — пытаюсь я вернуться к теме. — Чеканка! Как случилось, что ею стали заниматься чуть ли не все? Без попустительства торгового опта это сделать нельзя было бы...

И тут мне говорят: «Чеканкой занимаемся не мы, не торговля, а Министерство сельского хозяйства республики».

— Но мы возражаем против плохой чеканки! — спохватываются наконец оптовики.

Я прошу примеры таких возражений. Мне тут же говорят, что с собой оригиналы или хотя бы копии строгих приказов, писем, протоколов не возят, но охотно познакомят меня с ними при случае. Через день на моем столе уже лежали копии нескольких писем, направленных заместителем министра торговли УССР заместителю министра сельского хозяйства УССР. Я перечитал их трижды — ни в одном так и не нашел серьезного, обоснованного протеста. Отмечается, что к продаже не были предложены изделия «из дерева с подлаковой росписью, плетеные изделия из бересты, корня сосны,

лижники, ковры и ковровые изделия». Но зато были «предложены художественные (подчеркнуто мной. — К. В.) изделия, не рекомендованные к производству...» И идет их перечень: «пальмы из синельки, ремни для часов, грибы, аисты, подсвечники из металла, глобусы...» Во-первых, с каких это пор ремешок для наручных часов числится по художественно-сувенирному ведомству? Во-вторых, где же гневные протесты против халтурной чеканки?

Правда, в одном из документов среди длинного перечня нахожу отклоненные торговлей «изделия из чеканки». Привожу их названия, сохраняя авторское написание: «Жарптица», «Руслан»-воин, «Поед. Руслана», «Гуцулка», «Девушка с розой»...

Латунная девушка с розой? Так я только что видел ее — будто бы отвергнутую, отклоненную торговлей — там, наверно, на втором этаже... Предлагали: «Если оптом — со скидкой!...»

Оказывается, один замминистра не всегда прислушивается к советам другого. И чеканочный вал катится на покупателя, легко преодолевает зыбкие, а то и несуществующие преграды опыта и шагает на прилавки магазинов. Особенно нетребовательно зарекомендовали себя представители сельской торговли. Они где-то прослышали, что чеканка в моде — и без особого выбора приобретают ее у заезжих коробейников. И посылают в магазины, а оттуда она проникает в дома, насаждая дурной вкус, давая искаженное представление об истинных художественных ценностях, о подлинно народных промыслах.

Я говорю об этом ответственным товарищам из торговых ведомств. Но они в оправдание: «К нам не прислушиваются!»

Однако этот ответ, это сетование серьезными не назовешь. Представители оптовых баз Росгалантереи поступили иначе: они не предлагают никому к ним прислушиваться. Они просто не приобретают халтурную чеканку. Они ведут закупки, прибегая к услугам профессиональных художников и самых квалифицированных работников сувенирных баз. Они смогли поставить высокие плотины на мутной реке медного товара, терроризирующего прилавки сувенирных отделов. Не скажу, что в таких фильтрах застревает сто процентов халтуры, кое-что все же доплывает до рынка. Но все же руководство Росгалантереи и Минторга РСФСР потачки халтуре не дают.

Если бы изготовители халтурной чеканки встретили такой же отпор и со стороны других баз и оптовых контор государственной и кооперативной торговли, чеканный вал пошел бы на убыль — нет в том сомнения.

Подхожу еще к одному ярмарочному стенду. Снова чеканка. «Скрипач. Сорт 1-й. Артикул С-300. Цена 32 рубля». Изготовитель? Путивльская межколхозная фабрика по переработке шерсти. Рядом со скрипачом — «Дева с факелом», «Кошечки-подружки», «Собака с высунутым языком». Чтобы скрипачу не скучно было?

...Вспомните, читатель, привокзальный базар сороковых годов. Отыщите в памяти «живописный ряд», заставленный малеванными по полотну серо-голубыми и розовыми лебедями на фоне зеленой или синей озерной воды. Не сгнули те лебеди! Им на смену пришла чеканка...

А теперь всего несколько вопросов Министерству торговли СССР, Центросоюзу, Союзу художников СССР и Министерству сельского хозяйства УССР: как случилось, что отвратительные образцы псевдочеканки стали обычным товаром в тысячах городских и сельских магазинов? Почему в составе ярмаркомов нет художников и искусствоведов? Откуда, повторю свой неделикатный вопрос, черпают артели и леспромхозы крайне дефицитную латунь и медь?

НЕ В ФОКУСЕ?

Говорят, французский художник Поль Делярош, когда его познакомили с изобретенным Луи Жаком Дагерром первым фотоаппаратом, в сердцах воскликнул: «Сегодня умерла живопись!»

Не все, однако, так восприняли открытие. «Царило такое возбуждение, — свидетельствовал очевидец, — как будто по меньшей мере была выиграна битва».

А битва и впрямь была выиграна: у времени отняли право предавать забвению то, что окружало людей. Оказалось возможным остановить мгновение, запечатлеть его.

И теперь первоклассник, лихо пощелкивающий «Сменой», — факт обычной. Фотография вошла почти в каждый дом. Есть такая цифра — в стране более 30 миллионов фото-и кинолюбителей. Но аппараты есть у большего числа людей; и их в стране около пятидесяти миллионов: подсчет весьма прост, за основу берется количество проданных фотоаппаратов и перемножается на пятнадцать — примерный срок жизни фотокамеры 15 лет.

Может, потому и уменьшается сейчас число покупок в фотоотделах универмагов? Но, думаю, есть на это и иные причины.

Одна из них и, полагаю, основная — уровень нашего фотостроения. Говорю именно об уровне, потому что он определяет как весь рынок фотоаппаратуры в целом, так и одну конкретную камеру — ту или иную, не суть. Названия их известны — «Зениты», «Киевы», ФЭДы и ЛОМО, хотя эта прославленная ленинградская фирма дает своим камерам и индивидуальные имена. Вот уже третий год вижу «Алмаз», интересный фотоаппарат. Помню, при первом знакомстве с «Алмазом» один из конструкторов сказал мне: «Перспективная камера». И на следующий год повторили: «Перспективная, очень перспективная!» Вот и сейчас смотрю на «Алмазы» — несколько камер привезли на ярмарку товаров культурно-бытового назначения.

Торг идет большой и серьезный. Он выпал на первые дни после того, как обнародовано постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР об увеличении выпуска товаров народного потребления. Постановление не дает времени на раскачку, ряд вопросов нужно (и можно!) решить быстро; но без торопливости, основательно, чтобы в 1985-м с дефицитом по большой группе товаров покончить.

Вообще-то говоря, фотоаппаратура сегодня не дефицитна: зайдите в любой магазин — полки фотоотделов заставлены так плотно, что очередной новинке не всегда и место находится. Всего вроде бы много, а покупатели уходят без покупки! Парадокс? Отнюдь. Привередливость? И так бы не сказал. Покупателей много — покупок все меньше! (За один год число проданных фотоаппаратов снизилось на 13 процентов — это многие сотни тысяч сделанных и оставшихся лежать мертвым грузом фотокамер.) Выросла классность фотолюбителей, уровень их требований, а класс аппаратуры находится все на том же многолетнедавнем уровне, а если и поднялся, то незначительно. Нужны камеры надежные, «всепогодные», с большим, чем сейчас, набором скоростей, с объективами-трансфокаторами, с совершенными экспонометрическими устройствами. Модели таких камер есть и у нас. Но одни выпускаются минимальными тиражами, другие пребывают «в перспективе»; как тот же много лет обещаемый «Алмаз». Разработан он не сегодня и, еще не начатый производством, конструктивно стареет, так как мысль создателей фотоаппаратов не стоит на месте.

Пока же торговля об «Алмазе» знает понаслышке. Пока торговле предлагают фотокамеры упрощенные, а то и совсем простые. Лет десять, если не более, на магазинных полках пылится «Этюд» — откровенно примитивная камера. Торговля долго терпела, но наконец стала отказываться от него. Белорусские оптики словно и ждали того: вот вам две новинки. Одна из них — вроде бы отвечающая времени, со встроенной вспышкой, а вторая опять-таки модель упрощенная. Это «Агат-18», как сказано в рекламной листовочке, «современный компактный любительский фотоаппарат, соответствующий требованиям эстетики и эргономики». В расчете на доверчивость покупателя одно из рекламных описаний «Агата» пообещало даже 72 снимаемых кадра вместо привычных 36, «забыв», однако, сказать, что сами кадры вдвое меньшего размера, — это же верный признак низкого уровня камеры.

Не спорю, «Агат» тоже нужен, но не он сделает погоду, его едва ли следует подавать как новинку из новинок.

Не стал бы так подробно говорить обо всем этом, если бы «Агат» не выражал тревожащую тенденцию — часто мелькает слово «новинка», но мало подлинно новых фотоаппаратов. Помнится, несколько лет назад приобрел «ЛОМО-135 вс» — своеобразную фотозаписную книжку. И вот новинка — «ЛОМО-135 м». Это не просто смена двух

на одно «м». Все мудренее. «М» — значит модернизированная и, можно полагать, заметно улучшенная; тем более что подорожала камера значительно — стоила 46, а с «м» — 68 рублей. Правда, вскоре пришлось снизить эту непомерно для такой камеры высокую цену; до 46 рублей она не опустилась, но все же стала подешевле.

Я все допытывался у руководителя рекламной службы фирмы Р. Марголина: «Чем же отличается новинка от вчерашней модели?» «Почти ничем,— сказал он.— Некоторые символы перенесены на объектив. Но камера работает так же надежно», — поспешил заверить меня Роальд Михайлович. Уже хорошо, но все же этого недостаточно для того, чтобы снимать с производства прежнюю камеру. Однако сняли.

Говорю об этом и думаю: не слишком ли мы расточительны? Почему бы не пойти по другому пути: отработать технологию настолько, чтобы ни один бракер не мог придаться, чтобы работала камера безупречно. И уж после этого думать о совершенствовании аппарата. Мы же пока исповедуем две крайности: или выпускаем камеру несуразно долго («Этюд» — лишь одно тому подтверждение), либо практически мгновенно переходим на новую модель.

Вспомните печальную судьбу «Горизонта». Аппарат был в своем классе исключительно хороший, нужный не только любителям, но и профессионалам. Так уж случилось, что я узнал о «Горизонте» первым среди журналистов — мне позвонил один из его создателей, а через час приехал, и мы с ним отсняли несколько пленок «Горизонтом» № 2. Когда я показал пленку профессиональным фоторепортерам, они попросили: «Покажи камеру». И тут же спросили: «Где купить?»

Вскоре камера появилась в магазинах. Тогда еще работала торговая фирма «Кинолюбитель». Попал сюда «Горизонт», фотоаппарат сравнительно недорогой, для плана товарооборота «нерешающий», не смогли понять в «Кинолюбителе», что это принципиального характера новинка, что это очень перспективная модель и поставили «Горизонт» в один ряд с «Этюдами» и прочим непотребным ширпотребом, о рекламе торговля не подумала, промышленность о публицити тоже не позаботилась. И стал залеживаться аппарат. Вскоре завод спокойно исключил его из производственных планов. Но к тому времени фотоаппарат «раскусили» фотолюбители и фотомастера, спрос на него резко повысился, быстро распродали все остатки... И ныне даже в комиссионном (а комиссионки переполнены фотоаппаратурой) «Горизонт» днем с огнем не сыщешь. Разве что «случайно» залежится под прилавком... А на черном рынке он если и продается, то вдвадцатого.

Поинтересовался несколько лет тому назад на заводе, там подтвердили: да, «Горизонт» не выпускаем. «Вот заказала иностран-

ная фирма, собираем для нее несколько сотен штук. Но это уже из последних деталей». Тут бы насторожиться: ведь не станет западный фирмач заказывать бросовый товар... Но и этот сигнал не сработал. Сейчас поговаривают — придет что-то на смену, не может не прийти, панорамный фотоаппарат нужен многим. Спрос на него не будет чрезмерно большим, но устойчивым будет. За это время одна японская фирма наловчилась и делает камеру, очень напоминающую мне усовершенствованный «Горизонт».

А я думаю: надо ли конструировать что-то новое, тратить на это силы, средства, труд, материалы; не подумать ли о возрождении «Горизонта», улучшив его, внеся какие-то новшества. И пусть будет «Горизонт-2». А потом появится третья модель, четвертая... Ведь на том же Красногорском механическом заводе есть добротный опыт: знаменитая зеркалка «Зенит» в ряду камер своего класса занимает уважаемое место, хотя сейчас уже нуждается в дальнейшем совершенствовании. Конечно, могли бы быть «Зениты» понадежнее, следовало бы подумать над тем, чтобы они имели больше сменных объективов — и широкоугольных и «телевиков». Но в общем-то на «Зенит» (Красногорского завода) особо не жалуются.

Представляется, что у нашего фотостроения есть талантливые конструкторы. Но подчас их предложения оседают в сейфах предприятий. Сделают один-два образца, что-то не заладится, и вместо того, чтобы коллективно довести разработку, отказываются сразу.

Много лет назад довелось мне встретиться с Николаем Михайловичем Маренковым — конструктором, одним из авторов «Зенитов». А еще через какое-то время мы с известным фотокорреспондентом Дм. Бальтерманцем приехали по журналистским делам в Красногорск, зашли в одну из испытательных лабораторий завода и встретили там Маренкова. У него в руках была модель зеркальной камеры под широкую пленку на очень ходовой размер кадра 4,5×6 сантиметров.

— Когда камеру получают фотокорреспонденты? — спросил Бальтерманц. Маренков ответил неопределенно. Тогда я отнес это на счет скромности конструктора: дескать, не хочет особо говорить о своем детище. Видимо, не от того был неконкретен конструктор. «Широкой» зеркалки Красногорского завода я в магазинах до сих пор не встречал. Она готова, ею работал один из видных фотокоров, очень доволен фотоаппаратом. Поставить бы его на конвейер. У того же Маренкова есть конструкция — уже воплощенная в металл, ею сделаны сотни отличных кадров — панорамного фотоаппарата на широкую пленку, необходимая вещь для профессиональных съемок. Но одна камера — это одна камера. Всего одна...

Мог бы написать еще о многом: о фотоаппаратах, заряженных не негативной пленкой, а магнитной пластинкой или диском — как в видеозаписи; о бессеребряном способе (наше, советское изобретение,

родилось оно в Минске), что диктуется той же надвигающейся нехваткой дорогого сырья; о камере (это тоже наша, советская разработка), позволяющей делать отличные снимки прямо с экрана телевизора...

Так за чем дело стало? Не пора ли всерьез разобраться в хозяйстве?

ПОХВАЛА ПРОСТОМУ ПЕРУ

Стефан Цвейг то ли восхищается, то ли сетует: «Двадцатипятилетний Бальзак ежемесячно изводит пять дюжин вороньих перьев...» Писали в ту пору разным: тростниковыми палочками, соломинками, вороньими, даже павьими (неудобными) перьями. Но «Азбука русского правописания» авторитетно советовала: «лучшими являются гусиные перья». Не всякие: из левого крыла, «от краю второе, третье и четвертое». Из правого же крыла «не столь сручны». Грамотных становилось все больше, и туго пришлось бы гусям, не придумай Джозеф Брама «вечное» перо, — «авторучку» прошлого века.

Это было солидное сооружение! Под потолок висел бачок с чернилами, они по резиновым трубочкам сбегали вниз, к металлическим стерженькам. Чуть сожмешь его пальцами, чернила не стекают, а отпустишь — пошла писать контора. Именно контора: «вечные» перья устанавливали в канцеляриях, в банках, нотариатах, иных присутственных местах.

И скрипели горадые на кляксу «авторучки».

...Венгерский писатель Ене И. Тершански не поспешил на похвалы карандашу. В повести «Приключения карандаша» он нашел слова, возвеличивающие карандаш, но и — карандашом ли? — написал строки, низводящие прочие орудия письма. «Вот, например, мой злосчастный родич перо. Право, он не столь древнего происхождения и не столь самостоятелен, как я. Дополнением его личности, его, так сказать, половиной являются чернила».

Перо, однако, не безродно. У него интересная и блистательная биография. «Легкость в нем ветра и молнии сила», — сказал о пере Гете. Оно «...по существу своему является великолепным скипетром» — это тоже о пере.

А уж о чернилах говорить не приходится. Флобер писал: «...Как хороша эта темная жидкость! Как утопаешь в ней! Как она притягивает. Чернила — моя родная стихия». Байрон: «Одной капле чернил достаточно, чтобы возбудить мысль у миллионов людей...»

Капля и миллионы? Впрочем, вполне закономерное соотношение!

«...все написанное химическим карандашом получалось у него хуже, чем написанное чернилами», — не вскользь заметил К. Паустовский, рассказывая о И. Бабеле.

Чернила, может быть, одно из величайших открытий человека. Не исключено, что имя изобретателя колеса только потому не дошло до нас, что он имел неосторожность придумать колесо до того, как стали известны чернила. Правда, первые чернила были не совсем похожи на нынешние. «...Сажа размешивается со слюной или вином, разбавляется водой, смешивается с камедью. Надо также разбавлять эту смесь отваром из ольховой коры, квасного сусла, чернильных орешков или железа». Вам этот рецепт не нравится? Тогда «приготовите сосуд кувшин и в нем железа обломков старых мечи довольно, или от кузницы трески, впустить в горшок, и сусло чернильно процеди сквозь плат, и налити кувшин полон и сосуд заткнув поставить в сохранное место на 12 дней. То есть скорописное книжное чернило».

Мнение о том, что по березовой коре писали только острием металлической или костяной палочки, ошибочно. Среди найденных берестяных грамот две — с чернильными надписями.

Когда появился папирус, были изобретены и краски для него. Рыхлая папирусная бумага не смогла бы выдержать нажима острого предмета. Это не догадка, это проверено на практике, когда в 1936 году в Ленинграде, в Институте консервации и реставрации документов при Академии истории материальной культуры, в строгом соответствии с подлинной древнеегипетской технологией изготовили лист папируса.

В Древнем Египте по глади папирусных листов писали «чернилами» из раствора камеди в смеси с сажей. Прежде без сажи чернила вообще не обходились. Плиний оставил нам такую пропись: «Приготавливают черную краску многими способами посредством копоти, получаемой сжиганием древесной смолы. Черная краска более ценная употребляется для писания книг с прибавлением клея».

Но все это были кустарные рецепты, подсказанные практикой, все это были чернила, которые редко выдерживали испытание временем; блекли, стусывывались, оставляя едва приметные штрихи и черточки. В 1855 году Христиан Август Леонарди получил патент на ализариновые чернила — красивые, устойчивые, но с неприятным запахом. И долго затем полученные из корней морены ализариновые чернила были самыми распространенными.

Чернила совершенствовались очень быстро. Появились простые, «нiskие» чернила; их использовали дяки и писцы, за особую плату составлявшие челобитные или налоговые записки. «Из лавки купца Черникова взято долгом полфунта соли». Черников подобные записки берет пуще глаза; он-то уж умел сорвать с должника и долг и проценты.

Но когда дело шло о жалованных грамотах, о царских записях, о прошениях «наверх», в сенат, пузырьки с простыми чернилами в ход не шли. В Новгородском историко-архитектурном музее-заповеднике хранится уникальный документ — подлинник грамоты Мстислава Юрьеву монастырю. Грамота датируется 1030 годом. «Почерк — устав, буквы и слова легко читаются, лишь несколько слов настолько

потускнели, что лишь угадываются». Какими же вечными чернилами писана сия грамота? «Это — твореное золото, растертое в порошок и разведенное на клею».

Золотом и серебром пользовались редко, с осторожностью. При работе над книгой переписчик чаще всего золотил лишь текст, написанный киноварью: «Положите меду патоки с грецкую горошину, а золота листов с пять или шесть». Затем мед вымывался, а золотые буквы оставались. Так работали переписчики книг на Руси.

Профессиональные византийские переписчики иногда тоже использовали вместо чернил золото и серебро. Металл растирали в порошок, смешивали с рыбным клеем и специальным «пером» — заостренной палочкой из мягкого дерева — наносили на пергамент.

Писали грамоты лучшими гусиными перьями, а если шла грамота во дворец — и лебедиными (и павьими!), специально заточенными. Для обычной скорописи перо обрезалось просто, да и расщеп особых тайн не представлял, но вот для устава или иного торжественного «почерка» перо подбиралось тщательнее и затачивалось на особый лад. В него опытным писцом набиралось ровно столько чернил, что хватало на строку — буква в букву, не больше. В досужий час писцы даже состязались друг с другом — кто как пишет, кто как умеет набрать в перо чернил «на строфу с буквицей». Резервуар гусиного пера невелик — в сравнение с баллоном перьевой авторучки не идет, но все же... Один из переписчиков в конце книги сделал приписку — сообщил ею, что, раз обмакнув перо в чернила, он написал 600 букв.

Ширилась торговля, появились бумажные деньги, залоговые и ценные бумаги: их оформление требовало особых чернил. По просьбе Российского банка весной 1870 года Дмитрий Иванович Менделеев принимает участие в делах комиссии, разрабатывающей приемы и материалы, которые препятствовали бы подделке и подчистке денежных купюр. Менделеев увлекся этой работой и вскоре стал знатоком «черниловарения». В частности, ученый разработал и рекомендовал для печатания денег бумагу, при изготовлении которой добавляли чернила. И всякая подчистка на таком бумажном листе точно становилась заметной. Все было чрезвычайно просто. Но именно эта простота и оградила ценные бумаги от подделок.

Каждое время рождало свои чернила. Но спрос на хорошие никогда не проходил. И когда мы сегодня сетуем на недоброе качество чернил «Радуга», мы вовсе не оригинальны.

В один из дней того же года, когда Менделеев разрабатывал рецептуру чернил, защищавшую документы от подделок, А. Фет объезжал одну за другой торговые лавки. Петербургский литератор М. Лонгинов просил его приобрести и переслать ему склянку чернил «Плесси». Фет сбился с ног.

Я был у Кача и Орбека,
Молил, просил:

Не оказалось человека
Продать чернил.
Хоть плачь, хоть требуй
Благородно,
Хоть их беси,
Дают чернил каких угодно,
Да не «Plessi»...

В начале века было много рецептов секретных чернил. Да, чернила внесли свою лепту в шпионаж. Одно время, в первые годы XX века, многие страны искали способы производства невидимых симпатических чернил. Жак Бержье в книге «Промышленный шпионаж» пишет: «Погоня за этими чернилами превратилась в то время в одну из основных целей промышленного и научного шпионажа».

К тому времени появилось металлическое перо, но оно не сразу вошло в обиход. Его даже сторонились. Поль Сезанн в письме Камиллю Писсаро извинялся: «Дорогой Писсаро, я принужден отвечать на Ваш волшебный карандаш металлическим острием, то есть металлическим пером». Уже в наше время Юрий Олеша попытался отыскать тот рубеж лет, за которым осталось птичье перо: «В эпоху, когда писал Гоголь, нет, пожалуй, позже, ну, скажем, в эпоху Герцена, уже побывавшего в Лондоне,— можно было услышать обсуждение, кто чем пишет. Один говорил, что пишет, конечно, стальным пером! Другой: «Что вы, что вы! Я только гусиным! Разве можно что-нибудь написать стальным?»

Мы вспоминаем об этом в одном из цехов Московского завода пишущих принадлежностей имени Сакко и Ванцетти — солидного, авторитетного поставщика современных авторучек.

— В производственной программе нашего завода гусиных перьев, как известно, нет, — директор предприятия говорит серьезно, без тени улыбки. — Но есть такое предположение: форму маленькой заостренной трубочки нынешнее стальное «круглое» перо позаимствовало скорее всего у гусиного. И это не консерватизм — рациональность природной конструкции.

Однако ныне закрытое перо встречается все реже. Ему на смену приходит новое, и мне показывают авторучку, перо которой имеет форму непривычную: сложный изгиб переходит в прямую плоскость, а она завершается крохотным, едва заметным, добротнo отшлифованным шариком.

Отлично пишет!

— Это одна из новых разработок. Перо упрочнено рутением.

Стальное перо «пробегает» без порчи двенадцать километров, рутениевое — двадцать. Много это или мало? Посчитайте, начав с того, что за минуту человек (в среднем!) успевает написать столько букв, что, растяни их, линия вытянется на сто сорок сантиметров.

Новое перо весьма подошло московской авторучке, которая имеет еще одно отличие — чернила для нее заранее расфасованы в небольшие полиэтиленовые ампулы. Заменить исписанную ампулу — проще простого. Вся операция занимает несколько секунд. В командировку ли, на студенческую лекцию можно взять сколько угодно таких баллончиков, хотя и одного немало — чернил в нем достаточно на два дня обычной работы.

Заводы ведут подготовку ручек с регулируемой линией письма. Перо будет иметь градации (небольшая буква на пере известит об этом) — мягкое («м»), средней жесткости («с»), жесткое («т»).

Сейчас ведущие предприятия страны включают в производственные планы модели ручек экстра-класса. Образцы уже созданы. В основном одобрены. Но это не значит, что такие ручки появятся через месяц-другой. Автоматическое перо — сложнейший прибор. Точности такие, что и часовая промышленность может им позавидовать. А уж начнут испытывать авторучку, диву даешься — как только она терпит такое? Трясут, переворачивают, только что не бросают — и смотреть-то больно... И пишут издевательски — так и сяк, а то и посуху, без чернил; проверяют, как бумага к перу относится? (Хорошо относится — к хорошему перу! Это я говорю как потребитель — уж журналисту-то без авторучки не обойтись...)

Испытывают перо знатно. При мне (это было на ленинградском заводе «Союз») заправленные чернилами авторучки заложили в какое-то подобие чертова колеса, раскрутили его и вдруг на всем ходу — стоп! Замерло колесо, как вкопанное. Остановило свой сумасшедший бег, а мне подумалось: может, есть в авторучке что-то вестибулярное, это и тренируют? Нет, сказали, просто проверяют, как ведет себя ручка «в экстремальных условиях»...

Но космическая тренированность ручке все же нужна. На том же ленинградском «Союзе» делают перья (простите, шарики) для работы в космосе. Я видел такую ручку, немного даже писал ею. Прямо скажу, приятно. Престижно! Дескать, работал такой же ручкой, какой пишут на орбите. Отзывы? Один был получен прямо из космоса, с борта «Союз-4» от В. А. Шаталова, по горячим, как говорится, следам: «Благодарю ленинградских рабочих за изготовление автоматических ручек. Пишут хорошо во всех положениях...»

Основные тенденции в авторучном деле? Предпочтение ныне отдается ручкам — перьевым и шариковым — с корпусом из металла. Большая надежность и прочность, совершенство формы и современный вид, если, конечно, у ручки хорошая отделка.

Будущее, говорят специалисты, принадлежит ручкам с корпусом из нержавеющей стали. Практически «вечны» такие авторучки, не поддаются коррозии, не изнашиваются... (Вот такую бы, да Джозефу Брамелю!)

Пока «законодателями мод» в области конструирования и изготовления перьевых ручек являются иностранные фирмы: открытое перо, наборный механизм в защитном корпусе, сменные баллоны. В шариковых ручках наметился переход к уменьшению диаметра шарика. И у нас уже делают шарик не миллиметровый, а меньше — получается тонкая линия письма, не так скоро расходуется паста, и, следовательно, увеличивается срок службы ампулы.

С обстоятельностью и заглядом идет разработка и других видов письма, в их ряду фломастеры, простые в изготовлении, легкие на руку, покладистые. И стержни можно иметь разные, от тончайшего, словно иголкой пишешь, до толстого, маркировочного. В перспективе инкграфы — внешне все, как у шарика, а пишет чернилами; и перографы — авторучки с капиллярными пластмассовыми «перьями», внешне почти повторяющими древний калам — палочку для письма. Правда, вот красители для фломастеров блекловаты, да и авторучечные чернила нуждаются в совершенствовании. Все это в будущем.

Но пока идут ручки с обычными перьями — из стали или из золота (у золотого пера и характер золотой). С конвейера «Союза» давно сошла миллиардная ручка.

«Но это был первый миллиард», — уточнили мне заводскую статистику.

Наши заводы ежегодно выпускают несколько миллионов перьевых авторучек, еще больше шариковых и десятки миллионов фломастеров. План по тем же фломастерам увеличивается. К сожалению, нередко подводят поставщики сырья: нет достаточного выбора пластмасс, нет, скажем еще раз, достаточно ярких чернил. Но особо остро встанет вопрос с сырьем при выпуске ручек экстра-класса. Тут нужны особые, специальные пластмассы, очень добротный, стабильного качества металл.

Ведь модели элитных суперкласса авторучек уже созданы. Однако без серьезной помощи серьезных людей им не пробиться к потребителю. И тут далеко не все зависит от авторучечных заводов...

АЛЛО! КТО У ТЕЛЕФОНА?

Прежде было принято говорить по душам. Теперь чаще говорят по телефону. Есть даже такой термин «телефономания». Появилась серия телефонных анекдотов. Ходят разговоры о диктате телефона. Дескать, он вытесняет доброе правило: встречаться, беседовать, переписываться... Дескать, он диктует темы и ритм беседы. Так оно, впрочем, и есть.

Только в Москве ежегодно проводится несколько миллиардов телефонных соединений: по 24 миллиона каждые сутки. По миллиону за час? Нет, такая арифметика тут не проходит. У телефона свой час

пик. Спрашиваю о нем и узнаю, что извержение телефонного вулкана хотя и предсказуемо, но не постоянно, час такой не узаконен, он изменчив. Раньше, когда служебных телефонов в городе было больше, чем квартирных аппаратов, основная лавина телефонных переговоров приходилась на дневные часы. Сейчас, когда из ста телефонов семьдесят два стоят в квартирах, соотношение изменилось: пик переместился на вечерние, послерабочие часы. Пришел москвич домой, а телефон словно только этого и ждал. Рука сама тянется к аппарату: «Алло, алло...» Дневные часы наибольшей нагрузки начинаются примерно в десять тридцать утра (и продолжаются час), затем следует более спокойный период, а в 16.30 начинается очередной взрыв. Самое продолжительное время занимают линию работники снабженческих организаций.

Так же, как час пик, изменяется понятие «средний разговор». Одно время он занимал около двух с половиной минут, сейчас перешагнул четырехминутные границы. Впрочем, не всем удается уложиться в четыре минуты. Зафиксирован печальный рекорд: 117 минут непрерывного разговора. Если же разложить продолжительность суточных телефонных переговоров на всех обитателей земли, — и это можно сделать с помощью статистики, — то получится, что каждый из нас пользуется телефоном чуть больше минуты в сутки.

Ежегодно в мире на телефонные переговоры тратится свыше 83 миллионов часов.

— Алло, алло...

И не ведают собеседники, что не только лишают возможности дозвониться одному из них, не только занимают телефонную линию, но и вредят своему здоровью (сошлюсь на американское исследование: «Специалисты пришли к выводу, что теряют слух именно те американцы, — а особенно американки, — которые разговаривают по телефону выше разумной меры»); с неопровержимостью доказано, что продолжительные телефонные общения заметно ухудшают слух. Но в то же время — это наблюдение шведских психологов — женщины, которые часто говорят по телефону (часто, не значит долго!) более спокойны. Если женщина может сразу поделиться своими проблемами с подругой, она быстрее успокаивается. Такая вот телефонная диалектика — добро и зло.

Пусть вас, однако, не убаюкивает полшутливая форма изложения телефонных напастей: мы же рассказываем о юбиляре — Московскому телефону недавно исполнилось сто лет!

Да, телефон вошел в нашу жизнь и сделал ее еще более быстрой, а то и торопливой. Нам некогда. Мы страшно спешим. Мы набираем 09 и бранимся на чем свет стоит, если нам не отвечают минуту-вторую. Но в это время очаровательные сотрудницы московской телефонной справочной отвечают кому-то, ищут справки, иногда очень нежиз-

данные. Тем более что и спрашиваем мы подчас неаккуратно, вопрос свой формулируем кое-как.

— Мне нужен квартирный телефон!

— Личный или коллективный? — уточняет телефонистка.

— Дайте тот, к которому быстрее подойдет...

И еще:

— Алло, барышня! Мне бы мастерскую по ремонту стиральных автомашин.

— Но почему авто?

— Как почему? Машина-то у меня автоматическая.

Абонент просит адрес телевизионного ателье.

— У вас телевизор цветной или черно-белый? — интересуется 09.

— Серый...

Работники этой службы за день отвечают на многие тысячи вопросов...

Москва в среднем за год получает около ста тысяч телефонов, почти восемьдесят тысяч из них ставят в квартирах.

Мы беседовали с начальником Московской городской телефонной сети В. Ф. Васильевым, и, прежде чем продолжить разговор о современном телефоне, я прошу Виктора Фадеевича заглянуть в историю.

— Московский телефон начался сто лет назад. С чего?

— С двадцати шести аппаратов, которые в 1882 году были подключены к первой телефонной станции. Помещение ее располагалось на пятом этаже дома № 6 по Кузнецкому мосту. Когда прокладывали телефонную линию, домовладельцы всячески препятствовали этому: как так, какой-то «говорящий провод», да еще через крышу моего дома? Впрочем, к телефону довольно скоро привыкли. К 1917 году емкость московской телефонной сети едва превышала шестьдесят тысяч номеров. Сейчас же в Москве действует более двух миллионов семисот тысяч телефонов.

Особенно интенсивно телефон развивается с середины 70-х годов. Помните, в 1968 году за одну ночь все телефоны гигантского города были переключены на семизначную нумерацию, ибо комбинации из шести цифр уже не могли обслуживать всех абонентов.

— И все же телефонов недостает.

— Не могу с этим не согласиться. Телефонов надо больше. Равномерному развитию сети мешает отставание в строительстве зданий для АТС и то, что мы называем «некаблированный дом».

В десятой пятилетке вместо сорока шести построено двадцать девять зданий АТС. Сейчас в городе сотни домов не имеют телефонных вводов. Это значит, что поставить там аппараты практически почти невозможно. Ведь тянуть воздушную линию не только сложно, но и очень дорого. А в своей работе мы не можем обходиться без подсчета затрат.

— А если не ставить телефоны руководителям тех строительных организаций, которые срывают сроки возведения зданий АТС.

— Вообще-то говоря, мы не мстительны. Но, видимо, как вариант, как рабочая гипотеза это предложение заслуживает рассмотрения. Если же говорить серьезно, то мы надеемся, что к такой мере прибегать не придется: в последнее время намечается некоторое улучшение работы строителей. Правда, пока оно малозаметно, но все же мы надеемся, что положение рано или поздно выправится. Сейчас же мы просто вынуждены отвечать отказом на просьбы жителей многих районов: как же поставить в их квартиры телефоны, когда нет АТС?

— Несколько слов о ближайших перспективах развития московской телефонной сети.

— Задача: ежегодно вводить более ста тысяч номеров, а всего за пятилетку мощность Московской городской телефонной сети увеличить примерно на 650 тысяч номеров. Преимущество при их распределении будет отдаваться телефонам квартирным.

Придет в наше хозяйство и новая техника. Испытаны и показали неплохие результаты линии из стекловолокна. Они улучшают качество телефонных разговоров и помогают экономить дорогой медный кабель. Наши конструкторы создали квазиэлектронные и электронные станции — это новый, качественно более высокий уровень по сравнению с работающими сейчас координатными станциями, а тем более с шаговыми, которые пока тоже можно увидеть на некоторых телефонных узлах.

Наряду с обычным диском они оснащаются кнопочным набором. Появился интерес к аппаратам под старину, и рижане, в частности, тут же разработали и начали производство телефонных аппаратов «Ретро» и «Стелла». Словом, техника не стоит на месте. И можно сказать, что свой первый век московский телефон, а также его ровесники в Ленинграде, Риге, Одессе прожили не зря. Он доставил людям массу удобств, он выручал и выручает в различных ситуациях, он помогает не только в обычных, но и в экстремальных обстоятельствах.

По итогам Всесоюзного социалистического соревнования коллектив Московской городской телефонной сети награжден переходящим Красным знаменем ЦК КПСС, Совета Министров СССР, ВЦСПС и ЦК ВЛКСМ с занесением на Всесоюзную доску почета на ВДНХ СССР. А в дни юбилея московского телефона пришло еще одно известие — о награждении коллектива столичных телефонистов орденом Ленина.

Да, с телефоном мы накоротке...

А было время, спешные новости приходили в наши дома стуком в дверь, набатом, голосом глашатая, телеграммой, наконец. Ныне — телефонным звонком. И мы привыкли к этому. А привычное редко

вызывает раздумья. И кто задумается над тем, что есть телефонный аппарат — наш друг или враг? Телефон объединяет, но иногда и разъединяет: потолкуешь, вроде можно и не встречаться. Но привычность телефона вовсе не освобождает от надобности грамотно с ним обращаться. И выработать для себя некоторые правила, которым полезно следовать. Когда вы снимаете трубку звонящего телефона? Лучше всего в паузе между вторым и третьим звонком, сразу после второго.

Как отвечать? «Алло» придумано специально для вступления в телефонную беседу, это слово вводит в разговор, настраивает на него. Да и свое распространение оно получило благодаря телефону. Доказано, что и стандартное «да» и не менее распространенное «слушаю» — не так «телефонны», как «алло». Но вот ведь какое дело — даже «алло» может быть разным. Если тот, кто, поднимая трубку звонящего телефона, отвечает поюще-протяжным «алло», он оптимист по натуре. Очень надежен человек, называющий, начиная телефонный разговор, свое полное имя. Если же отвечающий на звонок прежде всего назовет номер своего телефона — это педант, фанатик мелочей... Такая вот телефонная психология.

Если у вас посетитель, вы с ним разговариваете и зазвонил телефон — кому отдавать предпочтение? По логике — человеку, сидящему перед вами. Ведь, снимая телефонную трубку, вы прерываете разговор с ним. Но не отзываться на звонок совсем нехорошо. Извинитесь, возьмите трубку. Но если телефонный разговор рискует затянуться, попросите позвонить чуть позже. Или, освободившись, позвоните сами.

И все же относитесь к каждому телефонному звонку к вам, как к имеющему серьезную причину. Между прочим, это и у вас обострит чувство ответственности перед разговором по телефону. К слову, об ответственности. Или — что в данном случае одно и то же — о деловитости. Перед тем, как набрать номер телефона собеседника, к которому есть серьезное дело, не мешает составить план этого разговора, чтобы не забыть о самом важном. Даже предварить ответственный разговор тезисами. Речь идет не о сценарии предстоящей беседы, а о том, чтобы четко выделить основное в ней. Эффективный деловой телефонный разговор предполагает подготовку к нему. Есть даже такая «табеля», ранжир, последовательность составляющих разговора — по степени важности. Поначалу идут взаимные представления, им отводится 15—20 секунд; затем введение собеседника в курс дела и обсуждение этого дела — эта серьезная часть требует нередко 2—3 минут. Заключение — 20—25 секунд. Такая продолжительность не обязательна, но вот соотношения частей, пропорции беседы желательны: три четверти беседы — делу.

Телефон пожирает массу времени. Подсчитано: телефонные разговоры занимают в среднем 11 процентов рабочего дня директоров

машиностроительных заводов. Но это именно средняя цифра; иногда 27 процентов (более четверти!) рабочего времени уходит на телефонные переговоры.

— Что вы относите к самым распространенным факторам, крадущим время? — спросили одного из зарубежных консультантов по вопросам управления.

— Телефон, неожиданные посетители и заседания — как запланированные, так и срочные, — ответил тот, все же отдав телефону первенство. И посоветовал: выделяйте «спокойный час» утром, скажем, с 9 до 10. В этот час телефон можно просто отключить. Или... Впрочем, об этом надо сказать чуть подробнее: неугомонность телефона, даже некоторую его бесцеремонность может (и должна!) смирять и техника. Существует немало устройств, записывающих на магнитную пленку все телефонные сообщения, даже если вас нет дома. «Телебой» — наиболее обычное заграничное их название. У нас в стране выпускается автоответчик «АТГ». Вы подключаете его к телефону, и он принимает все адресованные вам звонки: и в ваше отсутствие и в «спокойный час». А выдались свободные минуты — включили автоответчик и послушали: кто звонил, по какому делу?

Не сегодня сказано: слово — вода, бумага — дело! Увы, телефон пока не позволяет отменить деловую переписку...

Однако телефон может и должен стать средством экономии времени (а ведь давно известно, что главная экономия — это именно экономия времени!). Заместитель министра связи страны И. С. Равич отмечал в одной из своих статей: «Ленинградский филиал Центрального научно-исследовательского института связи изучил, как влияет городская и внутрипроизводственная связь на экономические показатели обувного объединения «Скороход». Оказалось, что телефон сберегает ежегодно 530 тысяч рублей, снижает себестоимость единицы продукции на 0,34 процента, повышает производительность труда на 1,2 процента...»

Весьма помогает культуре телефонного разговора и его запись (кстати, знаете ли вы, что рекомендуют специалисты, — в их ряду автор интереснейшей лекции о культуре телефонного общения Борис Николаевич Волгин: если тот или иной телефонный номер вам приходится набирать более трех раз в год, его следует записать в алфавитно-телефонную книжку). Но небрежная, неупорядоченная запись лишь способствует нарушению выполнения принятых в разговоре решений.

Как говорить по телефону? Есть люди, которые иначе, как громко, не говорят. Немало и таких, кто всякий раз, когда плохо слышит собеседника, начинает форсировать голос, говорить «на пределе». Почему? Это не поддается логическому объяснению.

О продолжительности телефонного разговора: у мужчин она обычно составляет 3—4, у женщин — достигает 18—20 минут.

В какое время звонить? Когда вы не знаете распорядка дня того, кому звоните, и нет острой необходимости, старайтесь отложить разговор на вторую половину дня. Утро — всегда наиболее продуктивные часы для работы. Не вторгайтесь в них телефонной трелью.

Если звоните кому-либо домой, не делайте это очень рано. Поднимая трубку, вспомните реакцию абонента, которому однажды позвонили в шесть утра, хотя особой нужды в этом не было. «Это говорит твой друг», — услышал он. И ответил: «Тот, кто звонит так рано, не может быть мне даже приятелем».

ТОРТ ОТ ЧЕМПИОНКИ

Хороший повар стоит доктора? Ныне с этим никто не спорит. А кондитер, мастер тортов, бисквитов, пирожных, — и не повар и не лекарь? Кто же он в наше время, когда отовсюду только и слышишь: меньше сладкого!..

Алдона Гадляускайте работает кондитером в вильнюсском ресторане «Аэропорт». У нее диплом Вильнюсской торговой школы и золотые руки. Это сочетание принесло Алдоне такую известность, словно она не кондитер, а популярная киноактриса. В Будапеште, на крупном и весьма представительном кулинарном конкурсе, ей аплодировали за бисквиты. Я помню, как все это было. Соревнование шло своим чередом, блеснули мастерством пражские кондитеры, и уже казалось, что их не превзойти. «Ах, какие молодцы», — сдержанная, немногословная Алдона была искренне рада успеху чехословацких товарищей по цеху. Но и сдаваться она не собиралась. И когда Гадляускайте выпал билет — пирожные, она решила испечь свои, именные. Тут надо сказать, что Алдона — автор великолепного ансамбля пирожных и бисквитов. Он так и называется «Набор Алдоны». Вот и начала Алдона печь свои пирожные. Забыла обо всем остальном, не отходила от печи и от разделочного стола, пока не приготовила ворох сладостей.

Авторитетное — крупнейшие будапештские кондитеры, знающие толк в такой выпечке, — жюри так увлеклось дегустацией, что и крошки не осталось. А еще через час, когда Алдона и близкие ее подруги Стасе Рукшенайте и Лаймуте Зимблите поставили на скатерть торт, зал замер. Председатель жюри, известный венгерский организатор ресторанного дела, восторженно сказал: «Это как хорошая музыка».

Испечь торт... Когда вижу, как работают вильнюсские мастера, понимаю, что их не просто пекут, — а творят, созидают, конструируют. Как часы, как самолеты, как картины, как дома... В канун Московской Олимпиады тут создали «Олимпийский» торт — признанный лучшим из всех, до того известных. «Олимпийский» — подарок Олимпиаде. Но

задача кондитеров — готовить вкусное не только к праздникам. Главная их забота — чтобы хорошие торты, пирожные были в каждом кондитерском магазине каждый день. И не простые, конвейерные, заводские (не бросаю тем на них хулы, однако подчеркиваю их стандартность, одинаковость), а авторские, именные.

Да, пищевая индустрия дает такое количество тортов с конвейера, что своей массовостью они пытались было отгородить от потребителя изделие ручное, сделанное мастером. Стасе Рукшенайте несколько лет делает торты «Юность» и «Стася». Вильнюсца тортом не удивишь, выбор их в магазинах велик. Но едва появятся Стасины изделия на прилавке, их тотчас раскупают: вильнюсцы знают и чтут изделия именитого автора, обладателя высшего титула «мастер-кондитер». Кажется, пусть Стасе, Лаймуте, Алдона, их столь же талантливые товарищи по призванию больше делают таких тортов, пусть покупатель радуется. Но вот какая история. На такой торт, как «Юность», как «Олимпийский», как фантастический «Шакотис», — это не торт, это снежный замок! — надо затратить не час и даже не день. Есть изделия, на которые мастеру высшего класса требуется около двадцати часов. За это же время можно испечь полсотни стандартных тортов. А работа оценивается по принципу: больше сделал — больше получил... Да и предприятие невыгодно классные изделия. По весу торт ценится...

Вал, пришедший на магазинный прилавок, нивелирует мастерство, лишает покупателя отменной продукции, барьером стоит на пути товара экстра-класса.

Пустькая, казалось бы, задача. Организовать, скажем, отдел заказов. Вам нужен торт с конвейера? Милости просим в соседний магазин. А у нас можете заказать оригинальный, авторский. Вот каталог, вот расценки... Отбоя от заказчиков не было бы. Идут же в ателье высшего разряда, лишь бы по вкусу вещь сшили. В Вильнюсе проблему пытаются разрешить энергичные, уважающие подлинное мастерство кондитеров руководители треста ресторанов и кафе. Им хотят помочь и в Министерстве торговли республики. Но пока дело идет неторопливо, — слишком много на пути сладкого товара казенных инструкций и ограничений.

А открыть бы кондитерскую, в которую можно зайти, посмотреть каталог, фотографии, а то и короткий, на минуту, киноролик: как работают мастера, что они предлагают? Выбрать и упаковку. И сказать: «Прошу приготовить такой вот торт». Сделают Алдона, Стасе, Лаймуте, Анеле, Ленгина... И написать на коробке: «Торт от Алдона, торт от чемпионки!» Именно так — от чемпинки. Ведь Алдона была первой на нескольких конкурсах, чемпионский титул она носит не первый год.

— Оригинально, творчески работают москвичи, таллинцы, рижане, киевляне, — говорила мне Алдона Гадляускайте. Она оценила их мастерство на конкурсе в Алма-Ате, где и завоевала первенство, стала кондитером-чемпионкой...

А что касается самой Гадляускайте, то она скромно оценивает свои успехи. Мы попросили ее:

— Откройте ваш профессиональный секрет.

Она сказала:

— Трудолюбие, выдержка.

— Кондитер — мужская или женская профессия?

— Там, где нужна нежность, — женская. Там, где нужны серийные изделия, — мужская, — ответила Алдона.

— Печете ли вы дома торты?

— Очень редко. Времени нет.

— Что нового готовят вильнюсские кондитеры?

— В будущем, может, появятся космические торты. Пока же сделаны спортивные. Совершенно новая рецептура, а само тесто настолько новое, что ему и названия долго не было. В этой разработке есть штрихи и детали торта будущего. Он не слишком сладкий, не очень калориен и тем вписывается в требования диетологов: «Меньше сладкого!» Да и вообще: торт, в котором много сахара, — это уже не торт, а сахар с тестом.

— Какой рецепт вы хотели бы преподнести читательницам?

— Рецептов много. Но они как ноты: любое музыкальное произведение можно сыграть по-разному... Поэтому пусть пекут то, что любят их семьи. А без домашней выпечки в доме скучно — раз-два в год, по праздникам, но печь надо: пирожки ли, кулебяки, кексы, печенья... Не суть — что. Важно — с душой.

Хороший повар стоит доктора! И кондитер тоже... Если он работает так, как вильнюсские мастерицы, которым мы желаем успехов еще и потому, что они смогли внести в вильнюсский сервис свою ноту, помогли ему подняться до высокого уровня. В Вильнюсе много кафе, столовых, ресторанов, баров, закусных. И почти в каждом вас потянут чем-то особым, сделанным здесь.

И тут в пору сказать о том, как надеются решить проблему москвичи — делая это все еще робко, медленно.

...Десять ступеней вниз — и мы в гостях у Гиляя. Это подтверждает и надпись на чугунной плите, да и связанная узлом кочерга не позволит ошибиться: именно так не однажды демонстрировал свою недюжинную силу дядя Гиляй, король московских репортеров, знаток Москвы и ее бытописатель. Знал Владимир Алексеевич Гиляровский толк и в том, что готовят в столичных трактирах и ресторациях... И вовсе не случайно кафе, что почти напротив дома, в котором жил Гиляровский, так и назвали: «Столешники, у Гиляя». Есть тут зал «Москва и москвичи», есть «Репортерская» комната — выложенная

литографскими камнями, есть «Конюшенный зал» — будто шагнули сюда страницы книг и фельетонов Гиляровского.

Красиво: кирпичная, под старину, кладка входа, кованой меди крыша над ним, чугунное литье декоративной изгороди. Погромыкивают круги жерновов, крутится колесо, а деревянный мельник с достоинством и галантностью приподнимает в молчаливом приветствии деревянную свою шляпу: дескать, заходите. Но не поклонами жив мельник — работой. Полон «Мельничный зал», нет пустых стульев и в других помещениях. Попастъ сюда — проблема. Как выстраивается очередь у входа, так и не убавляется до закрытия.

Несколько лет тому назад тут был разрушенный, с обвалившимися стенами подвал. «Вот и соорудите здесь кафе!» — предложил кто-то. Может, не без умысла? Все равно, дескать, откажутся. Какое кафе: грязь по колено, подняли половицу — зажурчал ручей, сбегающий по скрытому постройками склону Тверского холма.

...За день до открытия собрались тут почти все, кто был причастен к созданию кафе. И хоть гостей еще рано было приглашать, все же один приехал. Из Рима. Итальянский архитектор Франко Финци приятно поражен. «Выше моих похвал!» — он не сдерживает восторга, он искренен в своих оценках. «Самое эlegantное кафе из тех, что я видел в Москве», — говорит мне сеньор Финци. И, обращаясь к директору треста столовых: — «Сколько времени строили? Сколько денег вложили? Кто оформлял кафе?» Итальянца познакомили с выпускником Строгановки Андреем Болотовым, а я между тем вспоминаю: откуда мне ведома эта фамилия, Болотов? Осматриваюсь и нахожу вязь деревянных букв около того самого деревянного мельника: «Самые лучшие в мире мукомольные машины торговой фирмы А. Болотов и К°, 1881 г.» Создатели кафе многие свои работы сдобрили хорошей шуткой, и это вовсе не помешало ни деловитости самой затеи, ни серьезному отношению к делу. И вообще представляется, что юмор и инициатива соседствуют как нельзя более. Потому что без них не удалось бы преодолеть многих трудностей.

Стоит очередь в кафе, а я осматриваюсь окрест на то, что за «Столешниками». Вошли в старинной планировки московский двор рядом с оживленнейшими улицами и поразились — красоте его и запущенности. Внутренняя асфальтовая площадка заставлена автомобилями, грузовыми фургонами; водитель одного тут же мыл свой замызганный дальней дорогой грузовичок. По левую сторону, в давней постройке, разместился пункт по приемке макулатуры, напротив него — снабженческие конторы, трест «Мосспроммонтаж», «Мосснабречфлот»...

Сюда же так и просятся кафе и рестораны!

Убежден: тут, в Столешниковом, в самом центре Москвы, ресторан, столовая и экспресс-кафе во стократ нужнее таких контор.

Часто и охотно сетуют на недостаток помещений для кафе, для ресторанов, для столовых. Справедливо сетуют. Но, оказалось, можно обойтись и без жалоб (но проявить при этом характер и настойчивость), а засучить рукава. Не проходить мимо подобных Гостиных дворов, в которые следовало бы превратить не только это полузаброшенное, нелепо используемое домовладение по Столешникову, но и десятки других мест. Сейчас московские общепитовцы исследуют улицы — одну за другой. Нашли несколько заброшенных подвальчиков на улице 25-го Октября, выпросили их, будут строить — перестраивать, облагораживать, что-то придумывать.

Есть такие дома в 1-м Троицком, на Садово-Сухаревской, на Пушкинской и на Большой Полянке, — да разве только на них? Исполком Моссовета с вниманием, доброжелательно рассматривает всякое предложение своего Главобщепита — может, в этом залог того, что в будущем и в Столешниковом переулке решится вопрос с передачей зданий домовладения № 6 для кафе и ресторанов?

Они нужны — кто в этом сомневается? Поесть быстро, вкусно — все еще проблема в нашем большом городе. И тот скачок, который сделан за последние три-четыре года, пока ощущается незначительно: что такое для столицы два-три десятка современных кафе? Счет следует вести на сотни. Увлечлись сейчас пиццериями, но позабыли такие искони русские заведения, как блинная или чайная. Выпить стакан доброго чая негде — буквально. Дорогие рестораны им пренебрегают, а скорые кафе и закулочные — того более... Беда. Пусть будет больше чайных. Не обязательно это предприятия-гиганты, но всегда — удобные, расположенные там, где их ищут, уютные и доброжелательные.

Конечно, нерентабельно открывать такое роскошное кафе, как те же «Столешники», на дальней и тихой улице. Но почему бы там не приютиться пофыркивающему самовару? Бублики, пироги — и точно. «Кто же станет работать?» — спрашивают меня. Да соседи этого пустующего, превращенного в чайную помещения, супружеская пара, вышедшая недавно на пенсию, но готовая потрудиться — и на благо того же общепита и для удобства возможных посетителей, и не считающая лишним тот приработок, что принесет хлопотная, но все же интересная работа в такой семейной чайной. Говорил об этом с разными людьми, мне в общем-то никто и не возражал. Никто не возражал, просто переводили разговор в другое русло...

Конечно, основа развития общественного питания — столовые, рестораны, кафе и прочие заведения, входящие в торговое ведомство. Но едва ли увлечет их интересы, едва ли помешает небольшое кафе или та же чайная, в которой весь персонал сам-один. Ну, не один — двое: супруги-пенсионеры... Да и потому они нужны, что именно с маленькими кафе не управляется огромный наш общепит. С доказательностью это продемонстрировало крохотное кафе «Лаконка», что неподалеку от того же Столешникова переулка. Открыли его — отличный горячий шоколад, марципаны, свежие булочки. От

клиентов отбоя не было. Прошел месяц, два, прошли годы. Зашел я недавно в это кафе. Вместо горячего шоколада под тем же названием — нечто, отдаленно напоминающее чуть теплее какао. Плитки шоколада. Сухие коврижки. И неопрятные, неприветливые сотрудники этой «точки» общепита. Несколько человек, но обилие персонала не обеспечило ни чистоты в зальчике, ни отменности предлагаемых сластей и напитков. И когда я был в «Столешниках», а затем заехал еще в десяток новых кафе и баров, то невольно подумал: хороши они, слов нет, но уже сейчас, в самом начале их карьеры, появляютсястораживающие сбой и просчеты.

Утверждают: бары обеспечены барменами. «Они прошли подготовку на специальных курсах». По-видимому, оно так, но бармен — в общем-то новая профессия для нашего общепита. Знаюки считают, что бармен — это высшего класса официант, умеющий не только приготовить коктейль, но и поддержать беседу с посетителем; знающий, как твердо, но деликатно отказать в крепком напитке тому, кто уже навеселе. Я походил по барам и не заметил проявления таких качеств у большинства барменов. К тому же известно (факты эти не секрет, о них знают и в Главобщепите), что далеко не все бармены с достоинством и честью выполняют свои обязанности. Как-то в одном из баров проверяли коктейль. Он состоял из трех компонентов, которые после смешивания должны были дать напиток определенной крепости. И вдруг выяснилась алкогольность на несколько градусов выше. В чем дело? «Чудес не бывает! — отметили проверяющие. — В коктейль подлит спирт».

— Мы контролируем работу баров и барменов! — говорят сотрудники управления.

Проверяют, я в этом убедился. И наказывают провинившихся. Но мне кажется, что мера наказания должна быть одной: отлучение от бара. Строгость эта не чрезмерна, если учесть, что бармен поставлен в особые условия. Он один в баре. Он и посетители. Бармен — солист. И профессиональная честь, как и профессиональное умение, очень важны... Я был на будапештском конкурсе официантов и барменов, беседовал с лучшими барменами Вильнюса и Риги. И теперь, сравнивая, не могу поставить вровень с ними никого из столичных барменов. Мне скажут: ну, там были лучшие из лучших. Так-то оно так...

Бармен — человек высокой общей культуры. Но пока на это слагаемое внимания обращается мало. Пока многое определяется некоей наивностью представлений и дилетантизмом. И умиленной восторженностью: «Вот мы какие, все своими руками. Если такое кафе построили, то бармена-то научим!..» К чему приводит отсутствие профессионализма (а он, конечно, подразумевает безупречную честность), попытаюсь показать на судьбе «рюмочных». После долгого забвения их возродили. Все четко расписали: к пятидесяти граммам водки непременно бутерброд. Ко второй рюмке — еще один бутерброд. Подошел в третий раз: извините, не положено. На практике же оказалось так: рюмка и бутерброд; вторая рюмка? Рюмка или

полстакана, можно и без закуски... А раз сделал «одолжение» рюмочник, то клиент не замечает, что несколько капель ему не до-
лили...

Однако беда в бар может прийти не только с этой стороны. Она запрограммирована организаторами дела, точнее сказать — кули-
нарным советом. Он, этот совет, рассмотрел и утвердил рецептуру
десятков коктейлей. Почти все они — с коньяками и ликерами,
с водкой и прочими весьма крепкими напитками. В общем-то так
и должно быть, тут ханжеством заниматься не следует. Но наряду
с крепкими, спиртовыми коктейлями — да что там наряду, впереди
них — должны бы идти коктейли десертные, мягкие, безалкогольные.
В надобности их меня убеждает и такое обстоятельство. Побывал
в десяти барах (ездил без общепитовского начальства) и во многих
видел совсем юных посетителей: не только студентов и студенток
первых курсов, но и, похоже, школьников старших классов.
Отраживать их от баров, отговаривать, читать нотации? Но что,
собственно, плохого в том, что в бар придет первокурсник с перво-
курсницей? Но вот встретить такого посетителя не водочно-ликерным
ударом, а фруктовым коктейлем с соком и вкусным сиропом,
орешками и минеральной в хрустальном бокале — это бар обязан. Так
ли сейчас?

Словом, проблем в нововведении, начатом общепитом, много.
У баров впереди не только звезды, но и тернии. Проще всего отказаться
от баров, снова запретить их, как и было сделано несколько лет назад.
Но это не решит вопроса. Это лишь подчеркнет: не перевелись
перестраховщики. Бары появились отличные, красивые, нужные. И от
создателей их зависит, смогут ли они поддержать и пронести ту грань
доступной всем демократичной элитности, что заложена при их
организации, или превратятся в такие же заурадные, безликие кафе,
каким «усилиями» самих работников этого кафе стала «Лакомка».

И еще одно: «Лакомка» находится почти напротив Главного
управления общественного питания Москвы. Но вот в «Столешниках»
работников Главобщепита я встречал, а в «Лакомке» — ни разу.
И хочу знать: надолго ли хватит управленческого внимания тем же
«Столешникам» (читай — «Мечте», «Бахору», «У Никитских во-
рот» — не могу все перечислить, — много появилось новых кафе
и баров) и другим предприятиям общественного питания?

В завершение. Может, прошла пора такого скучного, неаппетитного
«имени-отчества» — общепит? Ведь не вписываются в него «Сто-
лешники», вкусно потчующая «Рябинушка» или «Азербайджанская
чайная» — едва ли не единственное место, где выпьешь стаканчик
ароматного чая.

СО Д Е Р Ж А Н И Е

О костюме — с пристрастием	3
Буква «Н», а сбоку — бантик	12
Время «Славы»	17
Неумирающий лебедь	22
Не в фокусе?	26
Похвала простому перу	30
Алло! Кто у телефона?	35
Торт от чемпионки	41

Константин Константинович БАРЫКИН

МОНОЛОГ НЕКАПРИЗНОГО ПОКУПАТЕЛЯ

Редактор М. М. Жигалова
Технический редактор О. Н. Ласточкина

Сдано в набор 13.01.84. Подписано к печати 29.02.84. А 00331.
Формат 70×108 ¹/₃₂. Бумага газетная. Гарнитура «Школьная».
Офсетная печать. Усл. печ. л. 2,10. Учетно-изд. л. 3,15.
Тираж 96 000 экз. Изд. № 639. Зак. № 2100. Цена 20 коп.

Ордена Ленина и ордена Октябрьской Революции типография
газеты «Правда» имени В. И. Ленина, 125865, ГСП, Москва,
А-137, ул. «Правды», 24.

**● В СТУДИЯХ ЗВУКОЗАПИСИ
МОЖНО ЗАПИСАТЬ НА
ПЛАСТИНКУ ИЛИ
ФЕРРОМАГНИТНУЮ ЛЕНТУ**

речь, пение, игру на музыкальных инструментах. Пластинка с записью останется на память, она может служить оригинальным поздравлением к празднику, звуковым письмом, сувениром. Кроме того, в студиях звукозаписи Вам запишут отдельные музыкальные произведения, входящие в состав фонотеки.

Росбытреклама