



Check for updates

Теория и история культуры, искусства

УДК 738.1

EDN MYZVZN

<https://www.doi.org/10.33910/2687-1262-2024-6-2-87-94>

Продукция ленинградских предприятий художественной промышленности 1950–1960-х годов в современном пространстве художественного рынка

К. С. Подольская ^{✉1}

¹ Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 191186, Россия, г. Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48

Для цитирования:

Подольская, К. С. (2024) Продукция ленинградских предприятий художественной промышленности 1950–1960-х годов в современном пространстве художественного рынка. *Журнал интегративных исследований культуры*, т. 6, № 2, с. 87–94. <https://www.doi.org/10.33910/2687-1262-2024-6-2-87-94> EDN MYZVZN

Получена 28 марта 2024 г.; прошла рецензирование 26 апреля 2024 г.; принята 28 апреля 2024 г.

Финансирование: Исследование выполнено в рамках гранта 23-18-00419 «Предприятия художественной промышленности Ленинграда 1940–1960-х гг. и их роль в формировании жизненной среды» (грант Российского научного фонда по приоритетному направлению деятельности Российского научного фонда «Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований отдельными научными группами»).

Права: © К. С. Подольская (2024). Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена. Открытый доступ на условиях лицензии ССВУ-NC 4.0.

Аннотация. В статье исследуется бытование продукции предприятий художественной промышленности Ленинграда 1950–1960-х годов на современном художественном рынке. Временная дистанция повышает интерес к объектам художественной промышленности этого периода не только исследователей, но и музейных и частных собраний, художественного рынка. Арт-рынок в этой ситуации становится важным механизмом для актуализации таких произведений в пространстве современной культуры. Важно отметить, что данные предметы были изначально интегрированы в пространство рынка, что было связано с потребительским запросом советских граждан, приобретающих объекты тиражной фарфоровой пластики для украшения своего дома или же в подарок. Художественно-промышленные предприятия, в свою очередь, систематически вносили корректировки и обновляли ассортимент своей продукции для удовлетворения запроса потребителя. Сегодня объекты советской художественной промышленности 1950–1960-х годов все чаще рассматриваются как важная часть культуры, становятся предметом интереса коллекционеров, некоторые произведения могут иметь достаточно высокую стоимость и приобретаться для музейных и частных собраний. Так изменение отношения к произведениям художественной промышленности 1950–1960-х годов оказало непосредственное влияние на их существование в условиях художественного рынка.

В статье проведен анализ факторов, влияющих на особенности бытования объектов художественной промышленности Ленинграда в условиях современного арт-рынка. Выявлено, что интеграция объектов художественной промышленности в повседневную жизнь советского человека, восприятие продукции художественных предприятий не столько как произведений искусства, сколько как предметов, способных украсить интерьер, промышленный характер создания, тиражируемость художественной продукции — все это оказало непосредственное влияние на особенности бытования данных объектов на современном художественном рынке.

Ключевые слова: предприятия художественной промышленности, советский массовый фарфор, советская культура 1950–1960-х годов, художественный рынок, культура повседневности

Products of Leningrad art industry factories of the 1950–60s on the modern art market

K. S. Podolskaya ✉¹

¹ Herzen State Pedagogical University of Russia, 48 Moika Emb., Saint Petersburg 191186, Russia

For citation: Podolskaya, K. S. (2024) Products of Leningrad art industry factories of the 1950–60s on the modern art market. *Journal of Integrative Cultural Studies*, vol. 6, no. 2, pp. 87–94. <https://www.doi.org/10.33910/2687-1262-2024-6-2-87-94> EDN MYZVZN

Received 28 March 2024; reviewed 26 April 2024; accepted 28 April 2024.

Funding: The research is part of grant 23-18-00419 'Enterprises of the art industry of Leningrad in the 1940–60s and their role in shaping the living environment' (a grant from the Russian Science Foundation in the priority area 'Conducting fundamental scientific research and exploratory scientific research by individual scientific groups').

Copyright: © K. S. Podolskaya (2024). Published by Herzen State Pedagogical University of Russia. Open access under [CC BY-NC License 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Abstract. The study is devoted to the artistic items produced by Leningrad art industry factories of the 1950–60s and the place of such items on the modern art market. The temporal distance increases the interest in the items not only for researchers, but also for museums, private collections and the art market. The art market becomes an important mechanism for updating the relevance of such works for the modern culture. It is important to note that the items in question were integrated into the market from the beginning as a result of the consumer demand of Soviet citizens, who purchased mass-produced porcelain items to decorate their homes or as gifts. Art industry enterprises systematically made adjustments and updated their product range to satisfy consumer needs. Today, the products of the Soviet art industry of the 1950–60s are increasingly viewed as an important part of culture and are becoming the subject of interest for collectors. Some items may have a fairly high price and be purchased for museums and private collections. The change in attitude towards the works of the art industry of the 1950–60s has a direct impact on their place on the art market. The author identifies the factors that directly influence the place of the Leningrad art industry items on the modern art market: first, such items were integrated into the everyday life of the Soviet people; second, they were perceived not so much as objects of art, but as objects that can decorate the interior; third, the items were manufactured industrially; and fourth, they were replicable.

Keywords: art industry factories, Soviet mass-produced porcelain, Soviet culture of the 1950–60s, art market, everyday culture

Продукция советских предприятий художественной промышленности 1950–1960-х годов стала предметом специального изучения лишь несколько лет назад, и сегодня можно говорить лишь о начальном этапе изучения проблемной области этих производств и их роли в организации жизненной среды.

Неудивительно, что среди первых исследований появились работы, тематически связанные с региональным материалом. Среди трудов, посвященных изучению предметов советской художественной промышленности 1950–1960-х годов, можно выделить работы С. Е. Винокурова, посвященные деятельности Свердловского завода «Русские самоцветы» и Главювелирпрома (Винокуров, Будина 2021), О. С. Сапанжа, затрагивающие деятельность таких предприятий, как ЛЗФИ, ЛФЗ и «Ленинградский эмальер» (Сапанжа 2023), Е. В. Ивановой, посвященные продукции ЛЗФИ (Иванова 2020) и др. Публикации, посвященные изучению истории и продукции конкретных предприятий, чаще всего междисциплинарны, находятся на стыке исторического, культурологического, искусствоведческого исследований. Одинаково актуальным оказывается изучение и архивных

материалов, посвященных истории заводов художественной промышленности, и самой продукции. В последнем случае на первый план выходит тезис о наличии в тиражных произведениях признаков художественности, связанных с разработкой эталонных образцов для последующего промышленного производства мастерами — выпускниками ведущих учебных заведений.

Значительный интерес к кругу произведений советской тиражной промышленности связан с коллекционированием, и эта сфера демонстрирует серьезные темпы развития, более интенсивные, чем исследовательский дискурс. Сегодня вещный мир культуры второй половины XX века предстает и как артефакт культуры, и как часть массового искусства 1950–1960-х годов, отражающего стилистические тенденции времени, и как часть пространства повседневности. Увеличивающаяся временная дистанция повышает значимость произведений художественной промышленности для музейных и частных коллекций, а следовательно, включает круг новых предметов в пространство художественного рынка.

«Пионером» среди произведений промышленной сферы, ставших предметом внимания

коллекционеров, по вполне понятным причинам, стал тиражный фарфор. Его связь с высоким искусством более очевидна, чем предметов галантерейной промышленности, а потому сегодня можно говорить о том, что сложилась часть художественного рынка, связанного с оборотом произведений советского фарфора второй половины XX века.

Продукция ленинградских предприятий фарфоровой отрасли — значимый «игрок» нового сектора рынка. Она достаточно подробно представлена в таких исследованиях, как «Искусство — в быт. Интерьерная пластика Ленинградского завода фарфоровых изделий 1956–1966» (Иванова и др. 2021), и каталогах продукции предприятий. В качестве примера можно привести каталог «Ленинградский фарфоровый завод им. М. В. Ломоносова. 1944–2004» (Петрова 2007), а несомненный художественный компонент в тиражной продукции позволяет рассматривать коллекции как относящиеся к собраниям произведений искусства.

Деятельность Ленинградского завода фарфоровых изделий (ЛЗФИ) и Ленинградского фарфорового завода имени М. В. Ломоносова (ЛФЗ) 1950–1960-х годов стала важнейшим этапом реализации концепции включения произведений высокого искусства в пространство обыденного (Блинова, Сапанжа 2022). Мелкая многотиражная фарфоровая пластика, созданная на упомянутых заводах, является примером взаимодействия двух пространств, существующих на предыдущих этапах достаточно автономно: пространства «высокого искусства» и пространства повседневности.

В обозначенном выше контексте вопросы бытования произведений ленинградских предприятий художественной промышленности 1950–1960-х годов в пространстве современного художественного рынка становятся актуальными и для научного осмысления феномена технической эстетики и организации жилого пространства в середине XX века. Актуальность темы обусловлена и изменениями, связанными с осмыслением произведений не только как части художественной культуры времени, но и как знакового феномена, оказывающего влияние на современную художественную ситуацию.

Е. В. Иванова, исследуя специфику произведений ленинградского завода фарфоровых изделий 1950–1960-х годов, отмечает: «фарфоровые скульптурные композиции, некогда бытовавшие в квартирах советских граждан, все чаще попадают в частные и музейные собрания, демонстрируются в экспозиционно-выставочных

пространствах музеев разного профиля (в том числе в художественных), а также включаются в пространство арт-рынка» (Иванова 2020, 20). Автор отмечает: «...в последние десятилетия на фоне переосмысления в конце XX — начале XXI века идейного содержания художественного наследия Советского Союза активизировался процесс целенаправленного коллекционирования образцов фарфорового искусства, в том числе изделий конвейерного производства периода хрущевской „оттепели“». Данное замечание свидетельствует об изменении позиции произведений советской художественной промышленности в современном культурном пространстве, что говорит не только о необходимости исследования художественных качеств этих объектов, но и определения их места в современном культурном пространстве, непосредственной частью которого является художественный рынок.

Здесь важно отметить, что объекты художественной промышленности всегда были важной частью рынка. В 1950–1960-х годах возрастание потребительского запроса советских граждан, приобретающих данные предметы для себя или же в подарок, побуждало предприятия систематически вносить корректировки и обновлять ассортимент своей продукции. Сегодня такие объекты все чаще рассматриваются как характерная часть культуры определенного исторического периода, произведения советских художественных промышленных предприятий становятся предметом интереса коллекционеров, а особо ценные произведения могут иметь достаточно высокую стоимость и приобретаться для музейных и частных собраний. Таким образом, изменение отношения к произведениям художественной промышленности 1950–1960-х годов оказало непосредственное влияние на их бытование в условиях художественного рынка.

Д. Я. Северюхин определяет художественный рынок как «систему социокультурных и экономических отношений, связанных с товарооборотом произведений изобразительного искусства и оплатой услуг по исполнению художественных работ». Автор отмечает, что художественный рынок является значимым компонентом культуры, оказывающим влияние на формирование материальной основы развития искусства, бытование произведений, жизнь общества.

Автор выделяет две области развития художественного рынка: первичный и вторичный. Специфика первичного заключается в непосредственном участии автора как производителя,

а в условиях вторичного — произведение бытует независимо от своего создателя (Северюхин 2011).

Показательной стоит признать тенденцию к рассмотрению произведения в системе отношений арт-рынка с актуальным запросом культуры в широком смысле. Появление произведения в пространстве арт-рынка, по мнению А. В. Карпова и Т. Е. Шехтер, демонстрирует актуализацию отношений искусства и действительности (Шехтер и др. 2004). А. А. Лысакова отмечает влияние системы художественного рынка не только на отношения между создателями произведений и потребителями, но и на функционирование искусства в социокультурной практике современности. Таким образом, арт-рынок становится важным механизмом актуализации произведения искусства (Лысакова 2012). Данное замечание подтверждает необходимость анализа условий бытования произведений художественной промышленности в условиях современного арт-рынка.

Здесь можно отметить изменения, произошедшие на современном художественном рынке, в круг интересов которого все чаще попадают произведения советской тиражной художественной промышленности.

Изучая предметы ленинградской художественной промышленности, необходимо учитывать их особенности, оказывающие влияние на специфику бытования в пространстве художественного рынка. Одной из особенностей произведений является то, что, помимо эстетической функции, данные объекты, используемые для оформления квартир советского человека, воспринимались в большей степени как часть предметно-материального мира, нежели как произведения искусства, что оказало влияние как на условия сохранности, так и на оценку их владельцами. Эта черта принципиально отличает объекты художественной промышленности от уникальных произведений декоративно-прикладного искусства, которые изначально создаются для выставок, галерей и музеев. С одной стороны, можно отметить условность границы между этими двумя сферами, так как «уникальные изделия могут быть образцами для массового производства, промышленные изделия могут стать выставочными и музейными экспонатами» (Промышленное искусство... 2024). С другой стороны, фактор промышленного характера создания таких произведений, их тиражируемость оказывают непосредственное влияние на позицию подобных произведений в пространстве художественного рынка, особо ценящего фактор уникальности художествен-

ного объекта. Кроме того, большинство произведений, созданных в 1950-х годах, в 1960-х уже считались признаком мещанства. В 1990-х — начале 2000-х годов большинство предметов советского быта признавались совершенно устаревшими, не имеющими привлекательности для постсоветского человека, частично это отношение к данным объектам сохраняется и сегодня.

Вышеуказанные особенности произведений художественной промышленности оказывают непосредственное влияние на специфику их бытования на современном художественном рынке, часть объектов не имеет высокой ценности для рынка из-за своей распространенности, такие объекты, как правило, имеют достаточно малую стоимость, могут продаваться на онлайн-площадках российских сервисов для размещения объявлений о товарах и услугах (например, интернет-сервис «Авито»), «блошиных» рынках и в комиссионных магазинах, торгующих различными предметами советской эпохи. Другие же объекты могут считаться настоящей коллекционной редкостью, имеющей высокую стоимость на рынке. Такие произведения чаще всего продаются только в антикварных магазинах с хорошей репутацией, которые уделяют большое внимание сохранности таких предметов, их реставрации и несут ответственность за уникальность продукции. Так двойственность в отношении к продукции промышленных художественных предприятий отражается в бытовании таких произведений на современном художественном рынке.

Место произведения тиражной промышленности в рамках художественного рынка зависит от ряда факторов, которые необходимо учитывать.

1. Тираж.

Для произведений промышленного искусства тираж становится важным фактором, оказывающим влияние на место произведения на художественном рынке. Ограниченный тираж произведений приводит к повышению уровня интереса к таким предметам со стороны коллекционеров и, как следствие, повышает их стоимость на рынке.

Так, скульптурная композиция Л. Н. Сморгона «Голый король» («Новый наряд короля»), состоящая из 11 самостоятельных фигурок, которая была выпущена Ленинградским заводом фарфоровых изделий в 1950-х годах ограниченным тиражом из-за сложного технико-технологического процесса изготовления, сегодня является коллекционной редкостью. В онлайн-

каталогах антикварных салонов периодически можно обнаружить отдельные фигуры из композиции, но полный комплект встречается крайне редко.

В свою очередь скульптура «Юный Пушкин» (автор модели С. Б. Велихова), созданная на Ленинградском фарфоровом заводе имени М. В. Ломоносова в 1950-х годах (рис. 1), стала одним из самых тиражируемых произведений мелкой пластики в ленинградской художественной промышленности, что сделало ее спустя десятилетия крайне распространенной на современном художественном рынке и, как следствие, не имеющей высокой ценности для коллекционеров.

Наглядным примером влияния тиража на позицию произведения промышленного искусства на художественном рынке является триптих «Бахчисарайский фонтан» Ленинградского завода фарфоровых изделий, созданный А. А. Киселевым по мотивам поэмы А. С. Пушкина и одноименного балета Б. В. Асафьева. Триптих



Рис. 1. С. Б. Велихова. Юный Пушкин. Ленинградский фарфоровый завод имени М. В. Ломоносова. 1950-е. Фарфор; роспись надглазурная монохромная, позолота (фото О. С. Сапанжа, 2023)

Fig. 1. S. B. Velikhova. 'Young Pushkin', M. V. Lomonosov Leningrad Porcelain Factory, 1950s. Porcelain; monochrome overglaze painting, gilding (photo by O.S. Sapanzha, 2023)

состоит из фигур Хана Гирея, Марии и Заремы. Статуэтка «Зарема» (рис. 2) была признана наиболее удачной и популярной, в результате ее выпускали большими тиражами, чем другие две фигуры из серии. Как отмечает О. С. Сапанжа, «стоимость статуэток в связи с этим неравнозначна — цена фарфоровых фигурок Гирея и Марии на современном рынке превышает цену фигурки Заремы в семь раз» (Сапанжа, Баландина 2019).

2. Сохранность.

Фактор сохранности также становится важным для произведения в условиях современного художественного рынка. Большинство объектов художественной промышленности изначально интегрировались в пространство повседневности, использовались в быту, что



Рис. 2. А. А. Киселев. Зарема (скульптурный триптих «Бахчисарайский фонтан»). Ленинградский завод фарфоровых изделий. 1960. Фарфор; роспись подглазурная полихромная, позолота (фото О. С. Сапанжа, 2023)

Fig. 2. A. A. Kiselev. Zarema (sculptural triptych 'Bakhchisarai Fountain'). Leningrad Porcelain Factory. 1960. Porcelain; polychrome underglaze painting, gilding (photo by O. S. Sapanzha, 2023)

оказывало непосредственное влияние на условия их сохранности. Как уже было сказано, в 1990-х — начале 2000-х годов большая часть предметной среды советского быта считалась устаревшей, утратившей свою привлекательность для постсоветского человека, что привело к утрате многих экземпляров художественной промышленности. Если отдельно затрагивать художественную продукцию фарфоровых заводов, то здесь необходимо учитывать особенности материала. Многие фарфоровые произведения промышленного искусства из-за своей хрупкости и особенностей композиции достаточно редко встречаются без утрат. Сохранность таких произведений имеет большое значение для художественного рынка.

В качестве примера можно привести фарфоровую статуэтку «Журавль с волком», созданную Б. Я. Воробьевым и И. И. Ризничем по мотивам басни «Волк и Журавль» на Ленинградском фарфоровом заводе имени М. В. Ломоносова в 1950-х годах. Имея специфическую композицию, статуэтка достаточно редко встречается без утрат, самым хрупким ее местом является тонкая шея журавля, что приводит к необходимости реставрации. На сегодняшний день хорошо сохранившиеся статуэтки из этой серии занимают достаточно высокую позицию на рынке произведений советской фарфоровой промышленности.

3. Авторство произведения.

Достаточно много ведущих художников СССР участвовали в создании тиражных произведений советской художественной промышленности. Сегодня тиражные объекты, выполненные такими мастерами, как Л. Н. Сморгон, А. А. Киселев, Т. А. Федорова, А. В. Дегтярев, и другими знаковыми авторами, наиболее ярко демонстрируют художественно-стилистические тенденции развития, являются важным фактором развития отечественного искусства.

Для оценки значимости объекта на художественном рынке имя автора может занимать достаточно важное место. Произведения ведущих советских художников становятся образцами, наиболее ярко демонстрирующими стилистические черты того времени, и представляют яркие характерные образы, воплотившиеся в советском фарфоре.

4. Подлинность

Возрастание интереса к произведениям художественной промышленности со стороны коллекционеров и включение данных предметов в музейные собрания привело к развитию рынка копий таких произведений. В этой ситуации

гарантии подлинности дают возможность устанавливать достаточно высокую стоимость для подобных объектов. Клеймо завода является одним из факторов, способных подтвердить подлинность объекта художественной промышленности, однако и его наличие далеко не всегда может быть гарантией оригинальности произведения. При описании предметов в онлайн-каталогах антикварных магазинов, реализующих продажу произведений советской художественной промышленности, достаточно часто встречаются предупреждения о подделках тех или иных предметов. В такой ситуации покупателю может потребоваться помощь специалистов, способных на основе анализа формальных свойств предмета подтвердить или опровергнуть его оригинальность.

5. Тематика.

Анализ продукции ленинградских художественно-промышленных предприятий выявляет широкий спектр тем, отразившихся в произведениях. Предметы ЛФЗ и ЛЗФИ 1950–1960-х годов демонстрируют широкий круг интересов советского человека: образы исторических деятелей, писателей, трудящихся советских граждан, спортсменов, детей, образы театра и балета, животных, сказочных героев и др. Та или иная тема зачастую не имеет такого важного влияния на позицию произведения в условиях художественного рынка, как остальные факторы, однако этот фактор показывает специфику интересов коллекционеров, целенаправленно приобретающих произведения, связанные с определенной тематикой.

Важно отметить, что вышеперечисленные факторы чаще всего оказывают комплексное влияние на позицию произведения художественной промышленности в условиях арт-рынка. Так, упомянутая выше серия Л. Н. Сморгона «Голый король» («Новый наряд короля») является ценной для современного художественного рынка именно благодаря сумме факторов: авторству произведений, малому тиражу серии, проблеме сохранности данных объектов.

Таким образом, исследование продукции ленинградских предприятий художественной промышленности 1950–1960-х годов демонстрирует актуализацию произведений советского промышленного искусства как в поле культурологических и искусствоведческих исследований, так и в рамках интересов современного художественного рынка.

Изначальная интеграция объектов в повседневную жизнь советского человека, восприятие

продукции художественных предприятий не столько как произведений искусства, сколько как предметов, способных украсить интерьер, промышленный характер создания, тиражируемость художественной продукции — все это оказало непосредственное влияние на особенности бытования данных объектов на современном художественном рынке.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии потенциального или явного конфликта интересов.

Conflict of Interest

The author declares that there is no conflict of interest, either existing or potential

Источники

Промышленное искусство. (2024) *Российская академия художеств*. [Электронный ресурс] URL: <https://rah.ru/science/glossary/detail.php?ID=19854> (дата обращения 20.03.2024).

Литература

- Блинова, Е. К., Сапанжа, О. С. (2022) Бытовая классика как феномен ленинградской послевоенной культуры. *Международный журнал исследований культуры*, № 2 (47), с. 6–17. https://doi.org/10.52173/2079-1100_2022_2_6
- Винокуров, С. Е., Будрина, Л. А. (2021) Истоки уральской ювелирной школы в деятельности свердловского завода «Русские самоцветы». *Академический вестник УралНИИпроект РААСН*, № 3 (50), с. 77–82. <https://doi.org/10.25628/UNIIP.2021.50.3.013>
- Иванова, Е. В. (2020) *Произведения Ленинградского завода фарфоровых изделий 1950–1960-х годов в контексте истории советского художественного фарфора. Диссертация на соискание степени кандидата искусствоведения*. СПб., РГПУ им. А. И. Герцена, 191 с.
- Иванова, Е. В., Сапанжа, О. С., Баландина, Н. А. (2021) *Искусство — в быт. Интервьюерная пластика Ленинградского завода фарфоровых изделий. 1956–1966*. М.: БуксМАрт, 192 с.
- Лысакова, А. А. (2012) Арт-рынок классический и арт-рынок современный. *Известия Уральского федерального университета. Серия 2: Гуманитарные науки*, № 1 (99). с. 25–29.
- Петрова, Н. С. (2007) *Ленинградский фарфоровый завод имени М. В. Ломоносова, 1944–2004*. СПб.: Глобал Вью, 895 с.
- Сапанжа, О. С. (2023) Произведения предприятий художественной промышленности Ленинграда второй половины XX века и их роль в организации жизненной среды (на примере продукции завода «Ленинградский эмальер»). *Культура и искусство*, № 11, с. 42–57. <https://doi.org/10.7256/2454-0625.2023.11.68976>
- Сапанжа, О. С., Баландина, Н. А. (2019) Поэма А. С. Пушкина и балет Б. В. Асафьева «Бахчисарайский фонтан» в советской фарфоровой пластике. *Новое искусствознание. История, теория и философия искусства*, № 3, с. 117–125. <https://doi.org/10.24411/2658-3437-2019-13017>
- Северюхин, Д. Я. (2011) Художественный рынок: Как это следует понимать в искусствоведении. *Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств*, № 3 (8), с. 69–73.
- Шехтер, Т. Е., Гительман, Л. И., Карпов, А. В. и др. (2004) *Художественный рынок: Вопросы теории, истории, методологии*. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов, 229 с.

Sources

Promyshlennoe iskusstvo [Industrial art]. (2024) *Rossijskaya akademiya khudozhestv [The Russian Academy of Arts]*. [Online]. Available at: <https://rah.ru/science/glossary/detail.php?ID=19854> (accessed 20.03.2024). (In Russian)

References

- Blinova, E. K., Sapanzha, O. S. (2022) Bytovaya klassika kak fenomen leningradskoj poslevoennoj kul'tury [Household classics as a phenomenon of Leningrad culture after the Second World War]. *Mezhdunarodnyj zhurnal issledovaniy kul'tury — International Journal of Cultural Research*, no. 2 (47), pp. 6–17. https://doi.org/10.52173/2079-1100_2022_2_6 (In Russian)
- Ivanova, E. V. (2020) *Proizvedeniya Leningradskogo zavoda farforovykh izdelij 1950–1960-kh godov v kontekste istorii sovetskogo khudozhestvennogo farfora [Works of the Leningrad Porcelain Factory of the 1950s–1960s in the context of the history of Soviet artistic porcelain]. PhD dissertation (Art)*. Saint Petersburg, The Herzen State Pedagogical University of Russia, 191 p. (In Russian)

- Ivanova, E. V., Sapanzha, O. S., Balandina, N. A. (2021) *Iskusstvo — v byt. Inter'ernaya plastika Leningradskogo zavoda farforovykh izdelij. 1956–1966 [Art in everyday life. Interior plastics of the Leningrad porcelain factory. 1956–1966]*. Moscow: BuksMArt Publ., 192 p. (In Russian)
- Lysakova, A. A. (2012) Art–rynok klassicheskij i art–rynok sovremennyj [Classical and present day art markets]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 2: Gumanitarnye nauki — Izvestiya. Ural Federal University Journal. Series 2. Humanities and Arts*, no. 1 (99), pp. 25–29. (In Russian)
- Petrova, N. S. (2007) *Leningradskij farforovyj zavod imeni M. V. Lomonosova, 1944–2004 [Leningrad Porcelain Factory named after M. V. Lomonosov, 1944–2004]*. Saint Petersburg: Global View Publ., 895 p. (In Russian)
- Sapanzha, O. S. (2023) Proizvedeniya predpriyatij khudozhestvennoj promyshlennosti Leningrada vtoroj poloviny XX veka i ikh rol' v organizatsii zhiznennoj sredy (na primere produktsii zavoda “Leningradskii emal'er”) [The works of Leningrad art industry enterprises of the second half of the twentieth century and their role in organization of the living environment (on the example of the products of the Leningrad Enamel plant)]. *Kul'tura i iskusstvo — Culture and Art*, no. 11, pp. 42–57. <https://doi.org/10.7256/2454-0625.2023.11.68976> (In Russian)
- Sapanzha, O. S., Balandina, N. A. (2019) Poema A. S. Pushkina i balet B. V. Asaf'eva “Bakhchisarajskij fontan” v sovetskoj farforovoj plastike [Poem “The Fountain of Bakhchisaray” by A. S. Pushkin and ballet “The Fountain of Bakhchisaray” by B. V. Asafyev in Soviet porcelain sculpture]. *Novoe iskusstvovoznanie. Istoriya, teoriya i filozofiya iskusstva — New Art Studies. History, Theory and Philosophy of Art Scientific Journal*, no. 3, pp. 117–125. <https://doi.org/10.24411/2658-3437-2019-13017> (In Russian)
- Severyukhin, D. Ya. (2011) Khudozhestvennyj rynek: Kak eto sleduet ponimat' v iskusstvovedenii [Art market: How it should be understood in art history]. *Vestnik Sankt–Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, no. 3 (8), pp. 69–73. (In Russian)
- Shekhter, T. E., Gitelman, L. I., Karpov, A. V. et al. (2004) *Khudozhestvennyj rynek: Voprosy teorii, istorii, metodologii [Art market: Questions of theory, history, methodology]*. Saint Petersburg: Saint Petersburg University of the Humanities and Social Sciences Publ., 229 p. (In Russian)
- Vinokurov, S. E., Budrina, L. A. (2021) Istoki ural'skoj yuvelirnoj shkoly v deyatel'nosti sverdlovskogo zavoda “Russkie samotsvety” [The origins of the Ural jewelry school in the activities of the Sverdlovsk factory “Russkiye Samotsvety”] *Akademicheskij vestnik UralNIiproekt RAASN*, no. 3 (50), pp. 77–82. <https://doi.org/10.25628/UNIIP.2021.50.3.013> (In Russian)

Сведения об авторе

Подольская Ксения Сергеевна

SPIN-код: 1705-6676, ResearcherID: AAG-5980-2019, ORCID: 0000-0002-1311-909X, e-mail: fonpodol@gmail.com

Кандидат искусствоведения, доцент кафедры искусствоведения и педагогики искусства Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена

Author

Kseniya S. Podolskaya

SPIN: 1705-6676, ResearcherID: AAG-5980-2019, ORCID: 0000-0002-1311-909X, e-mail: fonpodol@gmail.com

Candidate of Sciences (Arts Studies), Associate Professor, Department of Art History and Pedagogy of Art, Herzen State Pedagogical University of Russia