

предпочтения, и выгодно продвинуть товар. Однако с гуманистической стороны, корпорациям доступно подсознание людей, и они владеют информацией, которую потребители не в состоянии скрыть, что позволяет нам сказать о некоей неэтичности данного явления. Важно понимать, что эти знания остаются субъективными, так как процессы в нашей голове индивидуальны и не все характеристики будут соответствовать лично нам. Область сенсорного маркетинга лишь набирает обороты, а в странах СНГ она и вовсе молода, но, если ее применение дает весомый результат для компаний и организаций, значит, эту практику желательно реализовывать и в организациях культуры Республики Беларусь.

1. Котлер, Филип. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2012. - 488 с.

2. Линдстром, Мартин. Вынос мозга! Как маркетологи манипулируют нашим сознанием и заставляют нас покупать то, что им хочется / Мартин Линдстром. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. - 304 с.

3. Трайндл Арндт «Нейромаркетинг: Визуализация эмоций». М: Альпина Паблицерз, 2009. — 37 с.

Бордушевич Е.О., студентка 15 пр. гр.

Научный руководитель – Прохорцева Т.О.

ИСТОРИЯ ГЖЕЛЬСКОЙ РОСПИСИ

Издавна славится Россия талантами, от отца к сыну из поколения в поколения. Мастера бережно передавали секреты своего искусства. Так и до наших дней дошла светлая и чистая красота народного творчества.

Знание истории создания и развития русского народного промысла «Гжель» в наше время является актуальной темой в декоративно-прикладном искусстве. Гжель – это одновременно производство массовое и неповторимое. Это большой ассортимент, утилитарность и красота. Веками отшлифовывались форма и роспись, и сформировался особый гжельский стиль – бело-синий с плавным переходом, от темных тонов к светлым. Роспись осуществляется оксидом кобальта, который в ходе технологического процесса приобретает характерный для Гжели синий цвет. Гжельские изделия выполнены ручным способом. Все это вместе создает популярность, привлекает интерес.

Гжель – это название живописного подмосковного региона расположенного на юго-востоке Московской области. «Гжель» – название унаследованное одним из ведущих предприятий, от всемирно известного промысла. Здесь возрождено истинно народное керамическое искусство старинных русских мастеров. Край этот необычайно богат гончарными глинами. Не случайно в самом слове «Гжель» слышатся отзвуки глагола «жечь». Посуду жгут, обжигают, отсюда всё производство называли «жгелью», отсюда один шаг до того, чтобы, поменяв две буквы местами, получить искомый результат – «гжель». Позднее, когда промысел получил особо важное значение и привлёк к себе большую часть местных рабочих рук, название производства было перенесено и на занятый им район. Гжельский промысел возник на Гжельско-Кудиновском геологическом месторождении глин, пригодных как для производства фаянса и фарфора, так и для гончарных и майоликовых изделий. Здесь делали не только посуду, но и архитектурную керамику, кирпичи, гончарные трубы, изразцы, игрушки.

В целостной картине искусства старой Гжели трудно выделить преобладающую черту. И все-таки, отдавая должное развитой живописной

культуре, первооснову гжельской керамики мы видим в пластическом начале. Развитое пластическое чувство легло в основу их творческого мышления.

Впервые местность Гжель упоминается в завещание Ивана Калиты в 1328 году, затем – во всех духовных грамотах великих князей, Иван Грозный также отметил ее как собственность двора. Гжель выступает как центр керамического производства в России, поставщик Царева Двора, богатый высококачественным сырьем – глинами и профессиональными мастерами. Гжельские мастера находились в непрерывном поиске новых технологий, форм и декора.

Издавна Гжель славилась своими глинами. Широкая добыча разных сортов глины велась здесь с середины XVII века. В XVII века крестьяне гжельских деревень и сел начали производить поливную посуду и игрушки. Изготавливали в Гжели и кирпич, и глиняную обварную и томленную посуду со светлым однотонным черепком, а в конце того же XVII века освоили изготовление «муравленой» (т. е. покрытой зеленоватой или коричневой глазурью) посуды, не пропускавшей воду. О гжельских глинах было известно и в Москве. В 1710 году гжельская волость была приписана к аптекарскому приказу царя Алексея Михайловича «для дела алхимической посуды».

В 1744 году попытались проверить пригодность гжельских глин для производства фарфора – порцелина, как его тогда называли. В Гжель послали особую комиссию, в которую входили Афанасий Гребенщиков, владелец керамического завода в Москве, и химик изобретатель Дмитрий Иванович Виноградов. Виноградов и Гребенщиков осмотрели четыре образца местных глин. Всю глину доставили в Петербург, где из гжельской песчанки-черноземки Виноградов получил первый образец фарфоровой

массы. Смешав оренбургскую глину с гжельской черноземной. Виноградов сумел получить настоящий чистый и белый порцелин.

Имея большой опыт гончарного дела, получив необходимый навык на заводе Гребенщикова в Москве, гжельские мастера, быстро освоили производство майолики. Они начинали производить подобные изделия в своих мастерских. Создавали нарядную посуду: квасники, кумганы, кувшины, рукомойники, кружки-шутихи, блюда, тарелки и др. Украшенные орнаментальной и сюжетной росписью, исполненной зеленой, желтой, синей и фиолетово-коричневой красками по мягкому, не обожженному черепку, покрытому белой эмалью. Обыкновенно в центре изображения находилась птица журавель, основное изображение дополняли условные деревья, кусты, от времени до времени и архитектурные сооружения.

С конца XVIII века и до 1820-х гг. в Гжели произошел переход от майолики к полуфаянсу. Соответственно изменилась и роспись изделий – от многоцветья, характерного для майолики, к одноцветной под глазурной росписи кобальтом. Полуфаянс уже имел белый, хотя и толстый черепок. Роспись уже велась не по сырой эмали, как на майоликовых изделиях, а после первого обжига, по твердому черепку, что значительно облегчало работу и сократило брак. Не сразу гжельцы выработали свой самобытный стиль росписи кобальтом, но постепенно он достиг совершенства именно в полуфаянсе. Синий цвет становится классическим. Это был новый изобразительный живописный язык, пришедший на смену контурному рисунку с полихромной раскраской, которая ранее использовалась в майолике. Кистями разной величины, мазками длинными и короткими гжельцы создавали гамму до 30 оттенков на белом фоне. Синяя краска лучше других соединяется с глазурью, при обжиге дает меньше брака, излучает сияние не подвластное времени. 1840-е гг. – расцвет

полуфаянсового и гжельского народного керамического промысла. В росписи преобладает растительный орнамент. Основные формы: кумганы, квасники, реже – кружки, подсвечники, рукомойники.

Гжельцы освоили производство фаянса в начале XIX века. По существу фаянс – это усовершенствующийся полуфаянс. Фаянс имел плотный и тонкий черепок белого или кремового цвета и являлся более дешевым заменителем фарфора. В нем сочетался западно-европейский характер с местными сельскими приемами техники создания формы и росписи.

Первые попытки создания фарфора начались в Гжели еще в XVIII веке. Он уже выпускался за границей и в России на Императорском и некоторых других заводах. А так как его цена чуть ли не приравнивалась к золоту, то гжельцы, имея многовековой опыт гончарства и достигнув высот в художественном воплощении майоликовых изделий, стремились овладеть и искусством изготовлением фарфора.

Но расцвет пришел на 30 – 60-е годы XIX века. Большая часть фарфоровых изделий России выпускалась в Гжели. Завоевывая популярность, гжельские изделия распространялись не только по всей России, а и в другие страны. Развитие капитализма в России привело к промышленному кризису. Гжельские предприятия изготавливали посуду, скульптуру, архитектурные детали. Однако были утрачены традиции старых мастеров. Гжельские изделия этих лет часто были безвкусны и сделаны из плохо обожженной глины. Народное искусство быстро вырождалось и на рубеже XIX – XX веков пришло к полному забвению. Народный промысел исчез практически полностью.

Таким образом, длительная история развития фарфорового искусства Гжели наглядно демонстрирует, насколько сложным был процесс преодоления «глиняной» пластики в формирование «фарфорового» стиля в

скульптуре и в решении посудных форм. Радует, что сохраняются и продолжают свое развитие замечательные традиции народного декоративного искусства. Созданных многими поколениями талантливых мастеров и художников, раскрывших художественный талант народа. Гжель – это гордость российских традиций.

1. Гжель – Российская жемчужина. Авт. текста Аверьянова М.Г. 1993, 46с, илл.

2. Акунова Л.Ф., Приблуда С.З. Материаловедение и технология производства художественных керамических изделий. М. : Высш. школа, 1979.

3. Алексахин Н.Н. Волшебная глина. М. : Агар, 2001.

4. Алексахин Н.Н. Гжельская роспись. М. : «Народное образование», 1998.

5. Коржавина И.Л. О промысле Гжели. М. 1991.

Борзихина Т.Г., студентка 201а гр.

Научный руководитель – Бируля Т.П.

МОЛОДЁЖНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ: ИСТОКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В настоящее время культура отдельно взятого общества складывается не только из определённых норм, ценностей, традиций, правил поведения и этикета, но также из существующих в нем субкультур. Субкультура – это особая сфера культуры, суверенное целостное образование внутри господствующей культуры, отличающаяся собственным ценностным строем, обычаями и нормами [1, с. 236].