



# ЖОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРЕЗЕНТАЦИИ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

УДК 008 (47):37 (045)

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-6110-127-135>

Д. А. Прокудина

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
Москва, Российская Федерация  
e-mail: dariap@bk.ru

**Аннотация:** Для того, чтобы сохранить народные художественные промыслы, существенную составляющую нематериального культурного наследия России, важно найти им место в XXI веке. Но для этого надо сделать так, чтобы наши современники осознавали ценность изделий промыслов, использовали их в своей жизни, а сами товары были бы модными и актуальными. В статье представлено несколько передовых и успешных подходов к презентации российских промыслов. В первом акцент был сделан на том, чтобы изменить укоренившееся представление о старомодности гжель, показать ее модной, актуальной, соответствующей современному стилю жизни. В рамках второго внедряются новейшие производственные технологии и создается производственно-туристический кластер, погружающий в историю и стилистику гжель. Представляя вышивку «крестецкая строчка», ее производители активно задействовали принципы презентации престижных брендов индустрии моды и формат фабрики-музея. Использование современных технологий, а также принципов PR и маркетинга в сочетании с бережным сохранением традиций представляется залогом выживания и развития промыслов.

**Ключевые слова:** нематериальное культурное наследие, народные художественные промыслы, инновации, гжель, крестецкая строчка.

**Благодарности:** Исследование выполнено при поддержке Междисциплинарной научно-образовательной школы Московского университета «Сохранение мирового культурно-исторического наследия».

**Для цитирования:** Прокудина Д.А. Новые подходы к презентации нематериального культурного наследия // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2022. №6 (110). С. 127-135. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-6110-127-135>

## NEW APPROACHES TO THE PRESENTATION OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE

---

ПРОКУДИНА ДАРЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА – кандидат социологических наук, научный сотрудник кафедры истории и теории мировой культуры философского факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

FPROKUDINA DARIA ALEKSANDROVNA – PhD in Social Sciences, Research Scientist at the History and Theory of World Culture Department, the Faculty of Philosophy, Lomonosov Moscow State University

© Прокудина Д.А., 2022



## Daria A. Prokudina

Lomonosov Moscow State University,  
Moscow, Russian Federation  
e-mail: dariap@bk.ru

*Abstract:* In order to preserve folk arts and crafts, an essential component of the intangible cultural heritage of Russia, it is important to find a place for them in the XXI century. But to do this, it is necessary to make our contemporaries aware of the value of handicrafts, use them in their lives, and the goods themselves would be fashionable and relevant. The article presents several advanced and successful approaches to the presentation of Russian crafts. In the first, the emphasis was placed on changing the ingrained idea of old-fashioned Gzhel, showing her fashionable, relevant, corresponding to the modern lifestyle. Within the framework of the second, the latest production technologies are being introduced and a production and tourism cluster is being created, immersing in the history and style of Gzhel. Presenting the embroidery "krestetskaya strochka", its manufacturers actively used the principles of presentation of prestigious brands of the fashion industry and the format of the factory-museum. The use of modern technologies, as well as the principles of PR and marketing, combined with the careful preservation of traditions, seems to be the key to the survival and development of crafts.

*Keywords:* intangible cultural heritage, folk crafts, innovations, gzhel, krestetskaya strochka.

*Acknowledgements:* The research was carried out with the support of the Interdisciplinary Scientific and Educational School of Moscow University «Preservation of the World Cultural and Historical Heritage».

*For citation:* Prokudina D.A. New approaches to the presentation of intangible cultural heritage. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2022, no. 6 (110), pp. 127-135. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2022-6110-127-135>

Сохранение и развитие нематериального культурного наследия очевидно является актуальной задачей для любого государства. В этом благородном деле находит выражение любовь к своей стране, гордость за нее, осмысление собственного исторического и культурного пути, уважение к предкам и традициям.

В последнее время в нашей стране этой теме стало уделяться всё больше внимания. Так, согласно указу Президента, 2022 год был назван Годом культурного наследия народов России, который проводится для «популяризации народного искусства, сохранения культурных традиций, памятников истории и культуры, этнокультурного многообразия, культурной самобытности всех народов и этнических общинностей Российской Федерации» [14].

В рамках Года прошли не только многочисленные фестивали, форумы, научные конференции, выставки и концерты, но и был принят Федеральный закон от 20 октября 2022 г. N 402-ФЗ «О нематериальном этнокультурном

достоянии Российской Федерации». А также Министерством культуры РФ был разработан проект «Концепции сохранения и развития традиционной народной культуры и нематериального культурного наследия народов Российской Федерации» [11]. Предполагается, что эта работа теперь может выйти на качественно новый уровень, а энтузиасты смогут рассчитывать на серьезную поддержку государства.

Существенной составляющей нематериального культурного наследия являются народные художественные промыслы. Они – хранители ценностей и самобытных традиций народов России, мастерства и эстетических представлений наших предков, складывавшихся в процессе коллективного труда и передававшихся от поколения к поколению.

По данным экспертов, наша страна одна из немногих в мире, которым удалось в большой мере сохранить традиции и стилевые особенности промыслов [10]. Во многом так произошло благодаря тому, что в СССР велась



целенаправленная работа по их возрождению, сохранению и развитию. Промыслы позволяли создавать рабочие места в сельской местности. Предприятия получали крупные государственные заказы. Профильные учебные заведения, выпускавшие квалифицированных специалистов в местах бытовая промыслов, обеспечивали преемственность мастерства.

Тем не менее сегодняшнее состояние отрасли оценивается экспертами почти как катастрофическое. Как отмечает председатель правления Ассоциации «Народные художественные промыслы России» Геннадий Дрожжин, за 30 лет страна утратила более 200 промыслов, на порядок сократилась численность художников и мастеров [10].

Отрасль пришла в упадок и продолжает находиться в бедственном положении из-за трудноразрешимых проблем, возникших вследствие перехода к рыночной экономике. Продукция имеет высокую себестоимость, так как производится преимущественно с применением ручного труда. Хотя государство оказывает поддержку в виде финансовых льгот и субсидий, она недостаточна. Предприятия выходят из положения за счет низких зарплат, как следствие – молодежь не идет на них работать, даже имея профильное образование. Как отмечает Геннадий Дрожжин, средняя зарплата на предприятиях промысла составляет 20 тыс. рублей, а средний возраст работающих около 50 лет [10]. Проблемой является и устаревшая инфраструктура.

Согласно маркетинговым исследованиям существенно ухудшает ситуацию в отрасли распространение контрафактной продукции, импортируемой главным образом из КНР, а также произведенной в России. Кроме того, на рынке представлены официально импортируемые изделия, прежде всего из КНР, копирующие стиль продукции промыслов. Доля импортных товаров на рынке изделий народного промысла за период 2015–2019 гг. находилась в пределах 19,1 % – 23,8 % [5].

Геннадий Дрожжин подчеркивает, что одной из главных задач является развитие инфраструктуры сбыта [10]. С этим нельзя

не согласиться, но представляется, что крайне важно и наличие спроса. Продукция должна быть востребована. Для того, чтобы сохранить народные художественные промыслы, важно найти им место в XXI веке, сделать так, чтобы наши современники осознавали ценность изделий промыслов, использовали их в своей жизни, а сами товары были бы модными и актуальными.

Важным направлением работы для решения обозначенной задачи представляется выработка новых подходов к презентации промыслов современникам. В этой связи кажется продуктивным проанализировать несколько стратегий, используемых предприятиями промыслов, которые идут по этому пути.

Примерно в 60 км. от Москвы располагается так называемый «Гжельский куст», включающий около 30 деревень, сёл и посёлков, население которого издавна производило керамику. Предпосылками к этому были большие залежи глины, густые леса (древесина использовалась как топливо для обжига изделий) и близость Москвы – именно туда преимущественно и отправлялась продукция.

Гжель как центр производства керамики упоминается еще в 1339 году в духовной грамоте великого князя Ивана Калиты. Примечательно, что здесь не было крепостного права: земли принадлежали императорскому двору, жители занимались ремеслом, которое передавалось из поколения в поколение. На протяжении веков Гжель оставалась одним из ведущих керамических центров России.

В 90-е годы прошлого века для предприятий Гжельского региона наступили тяжелые времена. Государственные заказы практически прекратились. Из-за низких зарплат многие сотрудники вынуждены были заняться кустарным производством или другим видом деятельности.

Самое крупное предприятие «Объединение Гжель», фирменные представительства и магазины которого в 1980-е годы были в Лондоне, Токио, Вене, Берлине и других городах мира [4], в 2010 году было официально признано банкротом.



Эстафета крупнейшего производителя гжели перешла Гжельскому фарфоровому заводу. Он отсчитывает свою историю с 1818 года от производства, созданного Я. В. Кузнецовым. В 20-е годы XX века оно было переведено на изготовление технического фарфора, но цех художественного фарфора оставался. В 2003 году он выделился в самостоятельный завод [3].

Поворотным пунктом в жизни предприятия стало обращение к качественно новому подходу в презентации промысла с учетом современных маркетинговых технологий.

Гжель относится к числу наиболее известных народных художественных промыслов, но при этом многими воспринимается как нечто старомодное. Основной акцент в новой стратегии был сделан на том, чтобы изменить это укоренившееся представление, показать гжель модной, актуальной, вписывающейся в современную жизнь.

Знаковым шагом стали коллаборации с талантливыми дизайнерами, стартовавшие в 2017 году. Дизайнер интерьеров и декоратор Элина Туктамишева, пропагандист русского стиля, известная по участию в различных телешоу, разработала коллекцию чайных пар «Полная чаша». Оригинальным решением стало нарисовать классический гжельский узор – розу «Агашку» на дне чашек и украсить их с наружной стороны брызгами или полосами [17].

Другим направлением поисков стала задача сделать гжель элементом современного модного пространства. Весьма плодотворным здесь оказалось сотрудничество с известным дизайнером интерьеров Дианой Балашовой, которая создала коллекции блюд «Астрахань» и «Клавдия». Идея первой родилась из нестандартного взгляда на выпускаемую заводом продукцию – сувенирных осетров: Диана придумала поместить их на блюда с изображением волн в современной стилистике. Скачущие птицы на блюдах второй коллекции изображены на фоне современной вариации на тему «небо и облака» [1, 2].

Вскоре появился и крупный проект с дизайнером Сергеем Сысоевым. Он разработал узоры для посуды, опираясь на гжельские традиции, но в актуальном прочтении. Первый узор – колосья, отсылающие к теме земледелия, хлеба, плодородия. Второй – зигзаг – славянский орнамент, символизирующий воду и дождь. А третий – увеличенная роза «Агашка», как будто написанная пальцем, как это делали в старину [12].

Важным для презентации промысла стало то, что «Gzhel by SERGEY SYSOEV» была представлена в ходе показа его коллекции одежды F/W 2018–2019 в рамках Moscow Fashion Week. В руках моделей, выходивших на подиум, были чашки, блюда, вазы, молочники, созданные гжельскими мастерами по рисункам дизайнера [13].

Сотрудничество с известными дизайнерами позволяет не только актуализировать продукцию промыслов, но и представить ее в модном контексте – на подиуме, в портфолио популярных дизайнеров интерьеров. Коллекции оказались очень удачными, они продаются по сей день.

Формированию представления о гжели как о промысле, вписывающемся в современный стиль жизни, способствует выпуск модных ее атрибутов. Завод предлагает стаканы для «кофе с собой» с силиконовой крышкой, использование которых – общемировой актуальный тренд. Представляя этот товар, делается акцент на экологичности, еще одном актуальном тренде: стакан выгодно отличается от одноразовых тем, что не вредит окружающей среде. Производством выпускаются чашки для капучино и эспрессо, модные пулloverы – воронки для кофе и свечи в стаканах, тарелки для пасты. Такая продукция призвана привлекать молодежную аудиторию. Кроме того, представляя продукцию завода, подчеркивается ее практичность: почти вся она выполнена подглазурной росписью, ее можно мыть в посудомоечной машине, использовать в микроволновой печи.

Значимой составляющей презентации промысла стало открытие заводом в 2017 году



флагманского магазина в центре Москвы. В наименовании «флагманский» прослеживается стремление представить гжель как модный промысел, термин взят из индустрии моды и означает главный магазин бренда, его «лицо». Кроме того, работает интернет-магазин, который является частью официального сайта завода, представляющего, в частности, информацию о его достижениях и историю промысла.

Из индустрии моды была взята и идея создавать капсульные коллекции, которые означают набор предметов, объединенных общей темой и стилем и производимых ограниченным тиражом. Выпуск таких коллекций добавляет эксклюзивности продукции и делает ее предметом коллекционирования, а также позволяет художникам более полно самовыражаться, придумывая всё новые и новые росписи.

Важным шагом в реализации нового подхода к презентации промысла стало появление в штате предприятия PR-директора, который представляет его в СМИ, активно взаимодействует с аудиторией в социальных сетях. Примечательно регулярное использование такой современной практики, как прямые эфиры в социальных сетях. Они представляют собой обзор продукции, в ходе которого зрители могут задать вопросы, дать свои комментарии, сделать заказы.

Развивая продукцию, завод прислушивается к мнениям и пожеланиям аудитории. С помощью социальных сетей аудиторию вовлекают в творческий процесс. Как рассказывает PR-директор Анастасия Праведнова, «мы получаем новые виды росписи от нашей творческой группы, вариантов бывает слишком много, и мы не можем принять решение самостоятельно. Тогда мы выносим вопрос на голосование и просим совета у наших подписчиков. Люди активно голосуют. Мы делаем историю вместе с нашими клиентами» [12].

Активное использование социальных сетей – способ представить гжель молодёжной аудитории, формировать представление о промысле как идущем в ногу со временем.

Гжель представляется как промысел, в котором есть место инновациям, но в то же время происходит возрождение забытых традиций. Например, бытует представление о том, что гжель – это синяя роспись на белом фоне. Но такой она стала только после Великой Отечественной войны, когда было решено за основу взять наиболее экономичный вариант производства изделий. В прошлом гжель преимущественно была цветной, и сейчас завод пытается восстановить эту традицию.

Как рассказывает Сергей Симонов, главный художник завода, цветная подглазурная роспись – это очень сложная технология. Красители создаются предприятием по собственным рецептам. Как отмечает С. Симонов, «мы этим начали заниматься еще в 2005 году и постепенно довели технологию полихромной подглазурной росписи до максимальной выразительности. Надеюсь, что это будет новый виток в развитии гжельского искусства» [2].

Интересно, что другое гжельское предприятие, «Объединение Гжель», избрало иную стратегию презентации промысла: на базе туризма. Этому предшествовало важное событие в декабре 2019 года. Инвестиционная компания АФК «Система» и ПАО «Сбербанк» приобрели по 37,5% акций ООО «Управляющей компании «Гжель», владеющей «Объединением Гжель» [16].

Главным средством презентации гжели и каналом сбыта станет производственно-туристический кластер. Важная его составляющая – необычный парк, который уже разбит на территории предприятия, но работы по благоустройству еще продолжаются.

Парк призван погрузить посетителя в стилистику промысла – повсюду отсылки к цвету и орнаменту гжели. На белом дне небольших водоемов синие узоры, ими же украшена беседка для проведения мастер-классов на свежем воздухе. Дорожки, изгибы которых повторяют завитки гжельских орнаментов, покрыты белым гравием, который подсвечивается синим, что напоминает о цветах росписи. На территории парка созданы две



фонтанные группы: большой и малый каскад. Отремонтированное здание фабрики также украшено гжельскими узорами.

Посетители смогут познакомиться с обновленным производством и музеем, а также посетить мастер-классы.

Как сообщает Роман Прокопьев, генеральный директор Группы компаний «Народные художественные промыслы», на предприятии уже установлено самое передовое оборудование. Это позволит автоматизировать и оптимизировать производство, минимизировать себестоимость изделий, обеспечивая при этом высокое качество. Ручной труд будет применяться на этапе росписи изделий живописцами [7].

Для разработки современного дизайна предприятие создает совместную площадку с Гжельским государственным университетом. Сюда планируется привлекать молодые таланты, а также – организовывать коллaborации с известными брендами. Осовременить гжель планируется и с применением передовых технологий: от «умного чайника» и «умного самовара» до создания мобильного приложения, которое позволит, наведя устройство на изделие промысла гжель, определить, является оно подлинным или контрафактным [7].

Стратегия презентации гжели с помощью производственно-туристического кластера представляется перспективной, однако многое будет зависеть от того, насколько предприятию удастся использовать передовой опыт в этой области. В частности, музей «Объединения Гжель» может быть не просто отремонтирован, а существенно перестроен с учетом инноваций в музейном деле, в частности, с применением современных цифровых технологий.

Приведем пример еще одной стратегии, используемой компанией «Крестецкая строчка» [6] для презентации одноименного промысла, который развивался в Крестецком уезде Новгородской губернии с 1860-х годов. Здесь выращивали лен, пряли, ткали, шили различные изделия. Местные жители придумали украшать их вышивкой. Продукцию

покупали путешествующие из Петербурга в Москву и обратно.

В советский период в поселке Крестцы появилась фабрика. Ее изделия были удостоены многочисленных дипломов и наград. Сегодня они хранятся в коллекциях ведущих музеев России: Государственного Эрмитажа, Всероссийского музея декоративного искусства, Государственного Русского музея и т. д.

В 1994 году предприятие акционировали, затем не раз перепродают. К 2015 году, когда его приобрел предприниматель из Санкт-Петербурга Антон Георгиев, здание находилось в критическом состоянии; работали всего семь человек, коллекция музея была распродана.

Сегодня восстановленное Антоном Георгиевым предприятие отремонтировано и преобразовано в современное пространство в стиле лофт. Оно функционирует в формате фабрики-музея. Экскурсанты проходят по всем цехам, а также посещают музейную экспозицию, заново собираемую владельцами.

Каждое изделие вышивается рукой одной мастерицы. Для того, чтобы донести эту информацию до покупателя, ее фамилию указывают на упаковке в виде факсимиле и ставят штамп – «сделано вручную».

Привлекается внимание и к тому, что у крестецкой строчки богатая история и традиции. В пакет вкладывают открытку с архивной фотографией. На ней – слова благодарности за помощь в возрождении культурного наследия России. Таким образом подчеркивается, что, покупая это изделие, клиент делает важное дело для страны, выступает меценатом.

При представлении крестецкой строчки активно применяются принципы презентации престижных брендов индустрии моды.

Помимо домашнего текстиля фабрика выпускает одежду под брендом «Krestetskaya strochka. Alexandra Georgieva», дизайнер которой супруга Антона Георгиева [18]. Примечательно, что одежда создается и представляется именно как дизайнерский бренд. На каждой бирке – время, затраченное мастерницей на производство изделия, и количество выпущенных единиц данной модели.



Компания сотрудничает с известными деятелями из мира моды, например, с дизайнером Ульяной Сергеенко и историком моды Александром Васильевым. Коллекция Ulyana Sergeenko Fall-Winter 2020/2021, представленная на неделе моды в Париже, была создана с применением крестецкой строчки. Дизайнер продолжает обращаться к промыслу в своем творчестве. Историк моды Александр Васильев посетил фабрику со своими студентами, а также пригласил представителя компании и моделей представить одежду бренда «Krestetskaya strochka. Alexandra Georgieva» на программе «Модный приговор».

Продукция предприятия продается в стильно оформленных шоу-румах на фабрике, а также – в центре Санкт-Петербурга и Москвы.

В 2021 году компания получила грант от Президентского фонда культурных инициатив в размере 4,1 млн руб. на создание «Школы вышивки» – для ремонта помещений, оснащения их мебелью и оборудованием, выпуска учебного пособия [9]. В 2022 году продукция ООО «Крестецкая строчка» подтвердила статус изделий народных художественных промыслов, что существенно снизит финансовую нагрузку на предприятие [8].

Изложенные в статье подходы к презентации народных художественных промыслов можно считать одними из самых успешных и перспективных. Внедрение современных технологий, а также принципов PR и маркетинга в сочетании с бережным сохранением традиций, представляется залогом их выживания и развития.

### Список литературы

1. Диана Балашова. Дизайнерские изделия. Гжельский фарфоровый завод [Электронный ресурс]. URL: [https://farfor-gzhel.ru/internetmagazin/diana\\_balashova/](https://farfor-gzhel.ru/internetmagazin/diana_balashova/)
2. Жильцова Д. Главный художник Гжельского фарфорового завода: «Мы возродили цветную гжель». 21 февраля 2018. РИАМО [Электронный ресурс]. URL: <https://riamo.ru/article/269862/glavnyj-hudozhnik-gzhelskogo-farforovogo-zavoda-my-vozrodili-tsvetnyu-gzhel-xl>
3. История завода. Гжельский фарфоровый завод [Электронный ресурс]. URL: <https://farfor-gzhel.ru/lp/history-factory/#>
4. История завода. Объединение Гжель [Электронный ресурс]. URL: [https://gzhel.ru/about\\_factory/istoriya-zavoda/](https://gzhel.ru/about_factory/istoriya-zavoda/)
5. Контрафакт и импортные копии изделий народного промысла: сходства и разница. Магазин по продаже маркетинговых исследований [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/11433/>
6. Крестецкая строчка [Электронный ресурс]. URL: <https://krstrochka.ru/#>
7. Кузнецов А. Умный гжельский фарфор: Из традиционного промысла – в современное производство. Как АФК «Система» и Сбербанк реформируют бренд с многолетней историей. 20 июня 2022. Комсомольская правда [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/daily/70.5/4605149/>
8. Кузьмина Е. Продукцию «Крестецкой строчки» признали изделиями народных художественных промыслов на федеральном уровне [Электронный ресурс]. URL: <https://novvedomosti.ru/news/economy/85273/>
9. Мельникова А. «Крестецкая строчка» откроет школу вышивки. Новгородские ведомости. 16 октября 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://novvedomosti.ru/news/culture/75365/>
10. Ментюкова С. Нужна ли художественным народным промыслам господдержка. Как сегодня чувствуют себя художественные народные промыслы и нужна ли им господдержка [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2020/12/16/nuzhna-li-hudohestvennym-narodnym-promyslom-gospodderzhka.html>



11. Минкультуры России разработало проект Концепции сохранения нематериального наследия. Министерство культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: [https://culture.gov.ru/press/news/minkultury\\_rossii\\_razrabotalo\\_proekt\\_konseptsii\\_sokhraneniya\\_nematerialnogo\\_naslediya/](https://culture.gov.ru/press/news/minkultury_rossii_razrabotalo_proekt_konseptsii_sokhraneniya_nematerialnogo_naslediya/)
12. Митченков М. Культура мануфактуры. 30 декабря 2019. «Атмосфера» новостной портал Издательства «Подмосковье» [Электронный ресурс]. URL: [https://www.i-podmoskovie.ru/history/december\\_13/](https://www.i-podmoskovie.ru/history/december_13/)
13. Посуда Гжельского фарфорового завода «Gzhel by SERGEY SYSOEV» на Moscow Fashion Week. 29 марта 2018. Mydecor [Электронный ресурс]. URL: <https://mydecor.ru/news/events/posuda-gzhelskogo-farforovogo-zavoda-na-moscow-fashion-week-id6760301/>
14. Указ Президента Российской Федерации от 30.12.2021 г. № 745. О проведении в Российской Федерации Года культурного наследия народов России. Президент России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47407>
15. Федеральный закон от 20 октября 2022 г. N 402-ФЗ «О нематериальном этнокультурном достоянии Российской Федерации». Президент России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48445>
16. Фёдорова Н. Сбербанк и АФК стали совладельцами производителя гжельского фарфора. Как инвестиции крупнейшего банка и Владимира Евтушенко помогут развитию народных промыслов. rbc.ru 25 дек 2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/business/25/12/2019/5e032a9a9a79475a37600f56>
17. Элина Туктамишиева. Дизайнерские изделия. Гжельский фарфоровый завод [Электронный ресурс]. URL: [https://farfor-gzhel.ru/internetmagazin/elina\\_tuktamisheva/](https://farfor-gzhel.ru/internetmagazin/elina_tuktamisheva/)
18. Krestetskaya strochka. Alexandra Georgieva [Электронный ресурс], URL: <https://alexandrageorgieva.com/>

## References

1. Diana Balashova. Designer products. Gzhel Porcelain Factory. Available at: [https://farfor-gzhel.ru/internet-magazin/diana\\_balashova/](https://farfor-gzhel.ru/internet-magazin/diana_balashova/) (In Russ.).
2. Zhiltsova D. Chief artist of the Gzhel Porcelain Factory: “We have revived the colored Gzhel.” February 21, 2018. RIAMO. Available at: <https://riamo.ru/article/269862/glavnyj-hudozhnik-gzhelskogo-farforovogo-zavoda-my-vozrodili-tsvetnuyu-gzhel-xl> (In Russ.).
3. The history of the plant. Gzhel Porcelain Factory. Available at: <https://farfor-gzhel.ru/lp/history-factory/#> (In Russ.).
4. The history of the plant. Association of Gzhel. Available at: [https://gzhel.ru/about\\_factory/istoriya-zavoda/](https://gzhel.ru/about_factory/istoriya-zavoda/) (In Russ.).
5. Counterfeit and imported copies of handicrafts: similarities and differences. A store selling marketing research. rbc.ru. Available at: <https://marketing.rbc.ru/articles/11433/> (In Russ.).
6. Krestetskaya strochka. Available at: <https://krstrochka.ru/> (In Russ.).
7. Kuznetsov A. Smart Gzhel porcelain: From traditional craft to modern production. How AFK Sistema and Sberbank are reforming a brand with a long history. June 20, 2022. Komsomolskaya Pravda. kp.ru Available at: <https://www.kp.ru/daily/70.5/4605149/> (In Russ.).
8. Kuzmina E. The products of the “Krestetskaya strochka” were recognized as products of folk art crafts at the federal level. Available at: <https://novvedomosti.ru/news/economy/85273/> (In Russ.).
9. Melnikova A. “Krestetskaya strochka” will open an embroidery school. Novgorod vedomosti. October 16, 2021. Available at: <https://novvedomosti.ru/news/culture/75365/> (In Russ.).
10. Mentyukova S. Do artistic folk crafts need state support. How do artistic folk crafts feel today and whether they need state support. rg.ru. Available at: <https://rg.ru/2020/12/16/nuzhna-li-hudozhestvennym-narodnym-promyslom-gospodderzhka.html> (In Russ.).



11. The Ministry of Culture of Russia has developed a draft Concept for the preservation of intangible Heritage. Ministry of Culture of the Russian Federation. Available at: [https://culture.gov.ru/press/news/minkultury\\_rossii\\_razrabotalo\\_proekt\\_kontseptsii\\_sokhraneniya\\_nematerialnogo\\_naslediya/](https://culture.gov.ru/press/news/minkultury_rossii_razrabotalo_proekt_kontseptsii_sokhraneniya_nematerialnogo_naslediya/) (In Russ.).
12. Mitchenkov M. Culture of manufacture. December 30, 2019. "Atmosphere" is a news portal of the Publishing House "Moscow region". Available at: [https://www.i-podmoskovie.ru/history/december\\_13/](https://www.i-podmoskovie.ru/history/december_13/) (In Russ.).
13. Tableware of the Gzhel porcelain factory "Gzhel by SERGEY SYSOEV" at Moscow Fashion Week. March 29, 2018. Mydecor. Available at: <https://mydecor.ru/news/events/posuda-gzhelskogo-farforovogo-zavoda-na-moscow-fashion-week-id6760301/> (In Russ.).
14. Decree of the President of the Russian Federation No. 745 dated 30.12.2021. On holding the Year of Cultural Heritage of the Peoples of Russia in the Russian Federation. The President of Russia. Available at: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47407> (In Russ.).
15. Federal Law No. 402-FZ of October 20, 2022 "On the Intangible Ethno-cultural Heritage of the Russian Federation". The President of Russia. Available at: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48445> (In Russ.).
16. Fedorova N. Sberbank and AFK became co-owners of the manufacturer of Gzhel porcelain. How the investments of the largest bank and Vladimir Yevtushenkov will help the development of folk crafts. [rbc.ru](http://www.rbc.ru/business/25/12/2019/5e032a9a9a79475a37600f56) 25 dec 2019. Available at: <https://www.rbc.ru/business/25/12/2019/5e032a9a9a79475a37600f56> (In Russ.).
17. Elina Tuktamisheva. Designer products. Gzhel Porcelain Factory. Available at: [https://farfor-gzhel.ru/internetmagazin/elina\\_tuktamisheva/](https://farfor-gzhel.ru/internetmagazin/elina_tuktamisheva/) (In Russ.).
18. Krestetskaya stochka. Alexandra Georgieva. Available at: <https://alexandrageorgieva.com/> (In Russ.).

\*

Поступила в редакцию 28.10.2022