

Тебе Единому посвящается!

**Академик АРИТПБ, к.т.н. Кузьмина Вера Павловна
Италия. Фарфоровые мануфактуры. История создания**



Фото автора 3533. Ватикан. Пьета. Оплакивание Христа. Микеланджело Буонарроти

2021

Согласно легенде, первый сосуд из фарфора — небольшую белую китайскую вазу — привез в Венецию в 1295 г. Марко Поло. Он был первым европейцем, увидевшим фарфор и его изготовление.

В Венеции производство, так называемого, мягкого фарфора (без каолина) началось с 1470 г. При этом, уже ранние образцы назывались в документах той поры «прекрасными, не хуже левантинских».

Левантийская компания (англ. *Levant Company*) или **Турецкая компания** (англ. *Turkey Company*) — английская торговая компания, созданная в 1592 году объединением **Турецкой компании** (1581) и Венецианской компании (1583), и получившая привилегии для торговых операций в Османской империи.

В отличие от, например, Ост-Индской компании, Левантийская компания не являлась акционерной. Суть разницы состояла в том, что торговля шла не на акционерный капитал. В компанию после уплаты взноса допускалось любое лицо, удовлетворяющее определённым требованиям и согласное подчиняться правилам компании, причём каждый член вел торговлю на свой собственный капитал и риск^[1]. https://ru.wikipedia.org/wiki/Левантийская_компания.

Во Флоренции производству мягкого фарфора покровительствовал Франческо Медичи. В 1575 г. Андреа Гуссони, посол Венеции, писал, что «при великом герцоге Франческо был открыт, наконец, секрет индийского (то есть восточного) фарфора». Для работы на фабрике фарфора привлекались мастера майоликового дела.

В декорировке фарфоровых изделий Флоренции этого времени чувствуется подражание широко известным уже в Европе китайским образцам «голубого семейства», мусульманскому фарфору, попадавшему в города Италии из Изника (Турция).

Взойдя на неаполитанский престол в 1734 году, Карл Бурбон поселился в столице со своей свитой советников, художников и мастеров, и перевёз с собой богатую коллекцию предметов искусства, принадлежавшую его матери Елизавете, последней из рода Фарнезе.

Для размещения этого уникального собрания произведений по приказу короля был воздвигнут **Дворец Каподимонте**.

Карл увлеченно изучает технологию производства фарфора, избрав для своих экспериментов внутренний двор дворца Капидимонте, возвышающегося на холме над Неаполем.

Своими первыми успехами мануфактура обязана Витторио Шеперсу, после многочисленных опытов ему удалось получить изумительный мягкий фарфор уникального качества. Глазурь для производства фарфора специально заказывалась в Венеции и в Дрездене. К 1743 году на территории парка Каподимонте появляется фабрика, которая за один месяц выпускает около 2000 изделий из фарфора: табакерки, кубки, чайные и кофейные сервизы, блюда.

Компания **Porcellane Principe** объединила мастерство трёх партнёров: скульптора Лучиано Каццола, создателя форм Лино Гоби и художника Серджио Трафоретти, которые смогли выразить в своих работах, и подарить народу, незабываемую красоту и неповторимость фарфоровых изделий!



Тебе Единому посвящается!





Неаполитанский стиль тесно связан с внутренним мироощущением, мировосприятием, вашими манерами, мыслями, отношением к жизни. Неаполитанский стиль — это факторы, повлиявшие на становление неаполитанской традиции:

- Очень тёплый, даже жаркий климат; близость моря.
- Стремление неаполитанцев к максимальному комфорту, непринуждённости.
- Умеренное иноземное влияние и открытость неаполитанцев к этому влиянию.
- Жизнерадостность, вообще любовь к жизни, в том числе к её эстетике.

В коллекциях Porcellane Principe эта особенность сохранена. Фигурки животных, людей, ангелов, херувимов, групповые композиции живо передают характеры, чувства, настроение и атмосферу. Картежник, вальяжно раскинувшийся за столом, антикварная лавка в миниатюре, торговец

фруктами, выполнены настолько точно, что им веришь безоговорочно.



Итальянская фабрика фарфора Porcellane Principe работает в неаполитанской технике, которая появилась в середине XVIII в Неаполе. Руки талантливых мастеров превращают обычную глину в ожившие произведения искусства, а филигранная ручная работа и великолепный художественный вкус вызывают восхищение и желание приобрести аксессуары. Итальянские статуэтки,

фарфор для которых производился местными мануфактурами, были и остаются настоящими произведениями искусства.



Горячий дуэт античности и кантри сформировал итальянский стиль дизайна, который стал отражением классических традиций европейского средиземноморья. Он уникален многообразием чувств и эмоций, законченными сюжетами и реалистичностью передачи замысла. Ничего удивительного в том, что итальянские мини-скульптуры пользуются спросом во всем мире.



Зарождение итальянского стиля начинается со времен Древнего Рима. Античная роскошь, дополненная эклектичными аксессуарами, оказала большое влияние на формирование культурных и художественных ценностей Италии. Изысканной утонченности в архитектуре и внутреннем обустройстве

дома. Богемный стиль с простой геометрией линий и интересной фактурой фарфора образовался на стыке культурных традиций.



Сохранение уникального итальянского стиля **фабрики Капо ди Монте** многие специалисты связывают с маркой Villari, которая создает фарфоровые произведения именно в этом стиле. Многие из изделий фабрики являются репродукциями ранних произведений в стиле Капо ди Монте. **Фабрика Villari** появилась в Италии в конце 60-х годов 20 века. Основали ее художники Сильвия и Чезаре Виллари (Villari). С первых дней работы фабрики модели всех фарфоровых изделий супруги делают сами, а уже готовые образцы отдают мастерам. На готовых изделиях Чезаре Виллари лично ставит подпись, таким образом, гарантируя их подлинность. Кроме этого, на фарфоре выжигается фабричный знак Villari Porcellane и латинская буква N – отличительный признак итальянского художественного фарфора Капо ди Монте.



фарфоровый сервиз, Villari Porcellane, Италия

Основной стиль, в котором сделаны фарфоровые изделия Villari – именно стиль фарфоровой мануфактуры в Капо ди Монте, но многие из них имеют элементы итальянского барокко – они щедро украшены лепниной, рельефным узором, 18 каратным золотом, платиной, а некоторые серии даже кристаллами Сваровски. Это придает фарфору броскость и помпезно-монументальный вид. В последнее время художники марки заняты разработкой предметов в стиле ампир, результаты уже заинтересовали ценителей фарфора и коллекционеров во всем мире. Фарфор этой марки отличается эмоциональностью, которую передает форма, роспись и детали, виртуозно проработанные мастерами Villari. В составе красок, которыми расписывают изделия натуральные эфирные масла ели и лаванды. Сегодня в стиле мануфактуры в Капо ди Монте вручную из фарфора изготавливаются и расписываются цветы и цветочные композиции, миниатюры людей и животных, подсвечники, сервизы и шкатулки, бонбоньерки, лампы и люстры. Фабрика Villari по сей день является семейным предприятием, где работают уже второе и третье поколения семьи.



Основной материал для создания светильников и аксессуаров от Villari – высококачественный итальянский фарфор, которым декорируются люстры, бра и настольные лампы, а также из которого изготавливаются вазы, статуэтки, декоративные аксессуары для гостиных и ванных комнат. Источник вдохновения для дизайнеров фабрики – распустившийся бутон розы, который присутствует в большинстве изделий.

Надо сказать, что дизайнеров в Неаполе много, и что особенно важно, это очень хорошие дизайнеры. Думаю, что не ошибусь, если скажу, что хороших дизайнеров в Неаполе гораздо больше, чем в Москве — при том, что население самого Неаполя куда меньше, чем население Москвы. Более того, в Неаполе очень любят работать над украшением интерьера дома, здесь очень велика доля ручного труда и поделок, вышивок, статуэток, приятных мелочей — выше, чем в любом другом городе мира, и очень чисто.



Если классический стиль — это вполне определённое понятие, то с неаполитанским стилем всё сложнее. Однако, всё же неаполитанский стиль есть, а придерживаются его в основном неаполитанцы, предпочитающие классический — но не слишком строгий стиль дизайна.

Неаполитанский стиль дизайна формировался на протяжении многих лет и под умеренным влиянием других регионов. Исторически сложилось так, что многие знатные путешественники посещали Неаполь, путешествуя по Европе — и задерживались тут на некоторое время, обмениваясь традициями.



Porcellane Principe - марка итальянского фарфора, которая выполнена в традиционной технике Capodimonte, возникшей в Неаполе в 1743г. Principe смог объединить неаполитанское творческое воображение со своеобразием

форм и цвета Венето, т.е. Венеции. Представленные статуэтки очаровательны.

Отдельного внимания заслуживают женские образы. Девушка: сидит за чайным столиком; стоит на мосту и наблюдает за парой белых лебедей; улыбается своему отражению в зеркале; несет корзину с цветами, подхватив руками пышные юбки. Все фигуры разные, но их объединяют пышные платья с десятками складок. Эти складки, оборки, рюши кажутся воздушными, кружевными, легкими, за что изделия Porcellane Principe и называют «кружевным фарфором».

В каждой из них есть запоминающиеся особенности – черты лица, в которые можно всматриваться подолгу: у малышки Трилли личико хрупкое и смышленное; глаза у озорника Тони хитро блестят – значит, он задумал очередное баловство; Доменика не по-детски серьезна и задумчива;

Робертино зачитался книгой – все в его позе передает одухотворенность, говорит о пытливости ума.

Эстетика присутствует в каждой детали: каждая морщинка, бровь, палец, ноготь прочерчены и сделаны вручную. Кружевные складки – отдельная тема, мастера Sibania делают их из тонкой хлопковой пряжи. Ее погружают в жидкий фарфор, после чего добавляют к статуэтке. Пряжа застывает – получаются элегантные кружевные платья, вуали, накидки.





Фабрика Sibania – еще один наследник ремесленного стиля Каподимонте. Свою первую статуэтку эта итальянская мануфактура выпустила в 1980 году. Сегодня фабрика, расположенная в провинции Виченца, известна во всем мире. Каждая статуэтка изготовлена и украшена вручную. Ручная работа – не единственная особенность фарфоровых фигурок. Специалисты Sibania используют только экологически чистое сырье, в котором нет свинца, кадмия и других тяжелых металлов. Успех производителю принесли статуэтки детей. У каждой фигурки есть реальный прототип, но при этом все работы индивидуальны.

Тебе Единому посвящается!





Итальянские статуэтки из фарфора – произведения искусства в миниатюре, за которыми скрывается многовековая история и традиции.



Для комфортного проживания в весьма тёплом неаполитанском климате, путешествующим по Италии людям, нужна была соответствующая одежда, которую они заказывали местным портным. При этом в распоряжении портных оказывались вещи, сшитые в Англии, или другой стране. Так местные ремесленники перенимали приёмы других народов, но не отказывались от собственных традиций.

Тебе Единому посвящается!





Основой современного дизайна интерьера служит тосканский стиль. Он так назван в честь провинции Тоскана, расположенной в центре Италии. Индустриализация начала прошлого века стала причиной роста числа городских жителей. Нехватка жилья и места для постройки спровоцировала заселение ближайших пригородов. Дома в Тоскане строились традиционно из природных материалов: дерево, камень и глина. Характерной чертой стали открытые террасы и патио с колоннами и арками, украшенные гирляндами фарфоровых цветов и античных скульптур.





Фарфоровую статуэтку купить – это купить кусочек души мастера, как говорят в Италии. Компания Grinçire является наследницей школы с трехсотлетней историей. Именно она довела итальянские статуэтки из фарфора до совершенства, которым мы можем наслаждаться сегодня. Итальянский фарфор и статуэтки производства Grinçire представляют собой объединение неаполитанского творческого воображения со своеобразием цвета и форм Венето. Это высочайшее качество ручной работы и отражение Итальянской культуры и традиций.



Скромный интерьер украшали фресками, мозаикой, витражами, керамической плиткой и жанровыми статуэтками.

Базовые черты традиционного тосканского интерьера сохранились в современном итальянском стиле. Античная симметрия в архитектуре, скульптурные элементы, лаконичный дизайн и богатые декоративные детали получили вторую жизнь в новом мире.

Оформление дома трактуется, как создание единого арт-пространства, наполненного интересными предметами декора и аксессуарами, например,

3Д картинами, бронзовыми или фарфоровыми бюстами, винтажными часами, жанровыми статуэтками. Создание компактного и функционального пространства - основная задача. Центром дома, как правило, служит большой модульный диван для общения с гостями и компактный био- или электрический камин.





Услуги хорошего дизайнера в Неаполе не так уж дороги: есть молодые дизайнеры, которые учатся у хороших старых мастеров и на первых порах самостоятельной деятельности принимают заказы за достаточно скромные деньги. Кроме того, у неаполитанцев имеется возможность чуть ли не за символические деньги покупать хорошие винтажные скульптуры и аксессуары для украшения дома на местных рынках.

Объединяя свои традиции с английскими, неаполитанские дизайнеры добились изумительных результатов. Это - красивые и элегантные интерьеры, сдержанных и интересных цветовых и орнаментальных решений. Безусловно, не обходилось и не обходится без некоторых перекосов, например, слишком чрезмерно ярких расцветок стен. Однако в среднем уровень дизайнерского мастерства тут очень высок.

Суть неаполитанского стиля — если говорить о классической моде — в максимальной естественности, непринуждённости, комфорте. К естественной элегантности и лёгкости стремятся неаполитанцы, и отсюда — мягкие формы, множество ручек, мягкие и тактильно приятные материалы в отделке интерьеров.

Внимание к отделке — ещё одна очень характерная черта неаполитанского стиля. Дело в том, что неаполитанцы, по всей видимости — большие эстеты. Очень мало где ещё, например, настолько любят ручные отделочные работы. А, кроме того, именно неаполитанцы размещают отделочные панно самым



элегантным образом.

Зарождение итальянского стиля начинается со времен Древнего Рима. Античная роскошь, дополненная эклектичными аксессуарами, оказала большое влияние на формирование культурных и художественных ценностей Италии. Изысканной утонченности в архитектуре и дизайне. Во внутреннее обустройство дома, добавила шарма соседка - Франция. Богемный стиль с простой геометрией линий и интересной фактурой образовался на стыке культурных традиций.

Основой современного дизайна служит тосканский стиль. Он так назван в честь провинции Тоскана. Индустриализация начала прошлого века стала причиной роста числа городских жителей. Нехватка жилья и места для постройки спровоцировала заселение ближайших пригородов. Дома в Тоскане строились традиционно из природных материалов - дерево, камень и глина. Характерной чертой стали открытые террасы и патио с колоннами и арками. Скромный интерьер украшали фресками, мозаикой, витражами, картинами, милыми фарфоровыми безделушками и керамической плиткой. Базовые черты традиционного тосканского интерьера сохранились в современном итальянском стиле. Античная симметрия в архитектуре, скульптурные элементы, лаконичный дизайн и богатые декоративные детали получили вторую жизнь в новом мире.

Отличительная черта итальянского интерьера - широта размаха. Несколько поколений живут под одной крышей, почитая семейные традиции и каноны.



Классический дизайн интерьера предполагает большой дом, где все родственники могут собраться за деревянным столом.

Стены оформлены фресками со средиземноморскими сюжетами и венецианской штукатуркой. Массивные колонны, арки и потолок украшены ажурным кружевом лепнины. Здесь приветствуется зонирование пространства и панорамное остекление.

Италия уже долгие годы по праву считается законодательницей моды во многих сферах производства, в том числе, по наличию фарфоровых украшений. Талантливые разработки дизайнеров и художников пользуются большой популярностью во всем мире. На основе богатого культурного наследия

сформировался современный стиль итальянского интерьера, включая молельную комнату, украшенную фарфоровыми окладами икон.

Под фарфором обычно подразумевается посуда и предметы декора из прочной, тонкостенной керамики белого цвета. Изделия отличаются гладкостью, тонкостью и прозрачностью черепка, а при ударе деревянной палочкой издают чистый, «поющий» звук. Фарфор, обладающий высокой художественной ценностью, до сих пор производят вручную – именно такие предметы интересны коллекционерам и признаны выгодным вложением капитала. Но, правильнее всего, инвестировать в антиквариат.

Итальянские жанровые статуэтки делают из мягкого фарфора.

Производство фарфоровых изделий осуществляют во всех ведущих странах мира, используя разные месторождения, из разного минерального сырья, по различным технологиям, соблюдая местные традиции. Фарфор экспортируют и импортируют в разные страны мира. Чтобы понять, оригинальна ли предлагаемая продукция, помимо фирменной маркировки, необходимо обратить внимание на её качество. Большинство крупных фарфоровых заводов Италии существует и сегодня.

Твердый фарфор или просто фарфор, представляет собой однородную, белую, сильно звенящую, твердую и трудноплавкую массу, в изломе жирно-блестящую, раковистую, мелкозернистую; **твердый фарфор** состоит главным образом из **каолина и полевого шпата с примесью кварца, извести** и т. д., и покрыт твердой глазурью.

Обожженный без глазури фарфор известен в продаже под названием "**б и с к в и т а**".

Мягкий фарфор делят на виды: полевошпатовый низкотемпературный и высокополевошпатовый, фриттовый и костяной.

Фриттовый фарфор, также известный, как *исламское стон-пасте* — один из видов керамики, в котором к глине добавляют фритту (англ. *Frit*) (сплав смеси солей со стеклом), чтобы уменьшить температуру плавления. В результате смесь может обжигаться при более низкой температуре, чем просто глина.

До середины XX века, Англия была единственной страной, где производился костяной фарфор «**Bone china**».

В 1748 году художник фарфоровой мануфактуры Bow в Восточном Лондоне, Томас Фрай, попробовал добавить в фарфоровую массу пережжённые кости

домашних животных. Он заметил, что новый компонент увеличил прочность готовых изделий.

Как разработчики, англичане преимущественно работают на костяном фарфоре, предлагая в широком ассортименте элитную посуду и предметы декора. Неудивительно, что долгое время костяной фарфор назывался просто английским.

Керамист из Стаффордшира, владелец семейного предприятия Spode в Сток-он-Трент первым внедрил подглазурную трансферную печать. Для неё



Сервиз чайная пара. Италия



Сервиз из шести кофейных трио от Spode, Англия



Английский Фарфор Spode Copeland Blue. Кофейный сервиз

применялась кобальтовая краска, не выгорающая при высоких температурах. Трансферная печать – декорирование керамических изделий *оттисками с гравированных медных пластин*. Метод позволял частично механизировать процесс отделки посуды, без потери её художественной ценности. Этим он в корне отличался от деколи.

Декóль (англ. Decal) — технология нанесения изображения на керамические изделия. Изображение, собственно **деколь**, «переводная картинка», переносится на керамику с бумажной основы, а затем фиксируется высокотемпературным обжигом.

Сервизы этой фирмы отличались тонкостью, белизной с тёплым сливочным оттенком и удивительной прозрачностью. При этом по прочности, они превосходили китайские аналоги, на которые равнялись европейские производители.

Основной состав английского костяного фарфора: каолин 25%; полевошпатные и кварцевые породы 25%; костяная зола 50%.

В Англии для костяного фарфора, в качестве компонентов сырьевой смеси, использовали разновидности с добавлением стеатита (мыльного камня) и сплава солей металлов с молотым стеклом (фритты).

В связи с ростом популярности итальянской керамики, в конце XVIII века упало производство Дельфтского фарфора (Голландия). Голландские мастера начали закрывать свои мастерские, не выдерживая конкуренции с иностранными фабриками, применявшими печатный рисунок вместо ручной росписи.

Фарфор - основной представитель тонкой керамики. Характерные признаки итальянского фарфора - белый цвет, малая пористость и высокая прочность, термическая и химическая стойкость, природная декоративность. Его особенности определяются химическим составом и строением черепка, которые зависят от назначения изделия, условий их эксплуатации и предъявляемых к ним требований.

Бело-синяя гамма росписи изделий итальянских мастеров копировалась в России на фаянсовом заводе, основанном А. Гребенщиковым в 1724 году. Твёрдый фарфор богаче глинозёмом и беднее флюсами. Для получения необходимой просвечиваемости и плотности он требует более высокой температуры обжига (до 1450 °С).

Покрывают твердый фарфор, твердой глазурью. Тонкие сорта покрывают глазурью из шпата без извести, поэтому изделия получаются матовыми, молочно-кремового оттенка. А вот более простые сорта покрывают совсем прозрачной известковой глазурью. Глазурь и фарфоровая масса состоят из одних веществ, только в разной пропорции. Благодаря этому они соединяются, и глазурь, ни отбить, ни отслоить уже нельзя.

Твердый фарфор отличается крепостью, сильной сопротивляемостью жару и кислотам, непроницаемостью, прозрачностью, раковистым изломом и, наконец, чистым колокольным звуком.

Мягкий фарфор более разнообразен по химическому составу. Температура обжига достигает 1300 °С. Мягкий фарфор используют преимущественно для изготовления художественных изделий.

Костяной фарфор представляет собой известный компромисс между твердым и мягким фарфором. Начиная с 1750 года началось его производство в Англии. Кроме каолина и полевого шпата, он содержит фосфат извести из пережженной кости, делающий возможной более легкую плавку. Обжигается костяной фарфор при 1100-1500°С. Итак, речь идет по существу о твердом фарфоре, но таком, который путем перемешивания пережженной кости делается мягче.

Его глазурь в основе та же, что на мягком фарфоре, но содержит, кроме окиси свинца, некоторое количество буры для лучшего соединения с черепком. При соответствующем калильном жаре эта глазурь плавится и прочно соединяется с черепком. По своим свойствам костяной фарфор занимает промежуточное положение между твердым и мягким фарфором.

Основное отличие твердого фарфора от мягкого и костяного заключается в различном количественном содержании компонентов, и составе стекловидной фазы.

Из выше изложенного можно сделать вывод; что фарфор отличается по составу, температуре обжига и назначению для разных видов изделий. Так же для каждого вида изготавливается своя глазурь.

При этом, необходима объективная экспертиза товара. Способ идентификации фарфора по виду материала (Патент РФ № 2637384 действующий) разработан учёными Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. Патентообладатель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова" (ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова"). (RU).

Способ может быть использован при экспертизе в целях идентификации фарфоровых изделий по виду материала: в торговле, на таможне и в криминалистике с целью избежать фальсификации фарфора по качеству.



Чайный сервиз, Венеция.



Столовый сервиз 25 предметов Imperial Cobalt Gold. Германия. Meissen

Находящиеся в фарфоре примеси, особенно железа, марганца, хрома, урана, могут быть, как «**хромофорными центрами**», обуславливающими их окраску, так и **люминофорными**.

Люминофоры — (от лат. *lumen* — свет и греч. *phoros* — несущий) — органические и неорганические вещества, способные светиться (люминесцировать) под действием внешних факторов (см. Люминесценция). Важнейший вид люминофоров — кристаллофосфоры, которые люминесцируют под действием света, потока электронов, проникающей радиации.

Примеси в составе фарфора могут быть **оптически активными центрами (ОАЦ)** люминесценции, и, при этом, быть индикаторами состава и физико-химических условий фазообразования.

Свойством люминесцировать обладают примесные ионы Mn^{2+} , Cr^{3+} , Fe^{3+} , урана в форме уранила $[UO_2]^{2+}$, а также собственные дефекты структуры силикатов, как например, «кислородный центр» O^* [1].



Итальянский фарфор, посуда Каподимонте



Голландский фарфор. Делфт. Традиционная роспись

Для идентификации фарфора по виду материала выбирают фарфоровые изделия от различных производителей. Выбранные фарфоровые изделия разделяют на две части: первая часть изделий предназначена для формирования обучающей выборки, вторая часть является контрольной выборкой, служащей для осуществления проверки числового значения классификационной функции (C_k) идентифицируемых фарфоровых изделий по виду материала.

Оптическая система микроспектрофотометра обеспечивает возможность наблюдения объекта, выбора фотометрического участка фарфоровых изделий и проведения автоматической регистрации спектра фотолюминесценции образца в оптическом диапазоне электромагнитного излучения в диапазоне длин волн 390-850 нм с шагом 2 нм.

В качестве источника, возбуждающего фотолюминесценцию образцов фарфора, используют лазер ЛГИ-505 на молекулярном азоте ($\lambda_{\text{изл}}=337,1$ нм). Семь образцов контрольной выборки облучают лазером. Регистрацию спектров возбуждаемой фотолюминесценции идентифицируемых образцов фарфора проводят в оптическом диапазоне электромагнитного излучения.

Определяют числовые значения интенсивностей оптически активных центров фотолюминесценции фарфора по положению максимумов их спектральных полос.

Для построения классификационных функций используют значения интенсивностей четырех ОАЦ: O^* , $[UO_2]^{2+}$, Mn^{2+} , Fe^{3+} фотолюминесценции фарфора ($p=1, 2, 3, 4$). По четырем указанным показателям (p) фарфоровые изделия обучающей выборки методом кластерного анализа разделяют на 3 группы ($k=1, 2, 3$) по виду материала: 1 - костяной фарфор; 2 - мягкий фарфор; 3 - твердый фарфор [2,3].



GB. Dulton, Table service



Сервиз чайн. Кобальтовая сетка 6/20 ИФЗ
Россия

Затем методом канонического дискриминантного анализа рассчитывают значения констант классификационных функций a_{k0} и коэффициентов классификационных функций a_{k1} , a_{k2} , a_{kp} , соответствующих значениям классификационных функций C_k для трех выделенных групп фарфора по виду материала.

Таблица 1. Числовые значения коэффициентов классификационных функций a_{kp} рассчитанные по данным спектров фотолюминесценции обучающей выборки образцов фарфора

p-показатели коэффициентов a_{kp} для $p=1, 2, 3, 4$ (ОАЦ)	Числовые значения показателей классификационных функций для k-групп (при $k=1, 2, 3$)		
	a_{1p}	a_{2p}	a_{3p}
p_1 соответствует ОАЦ O^*	0,00065	0,0077	0,00390
p_2 соответствует ОАЦ $[UO_2]^{2+}$	0,00021	-0,0001	-0,00027
p_3 соответствует ОАЦ Mn^{2+}	0,00005	0,0141	-0,00032
p_4 соответствует ОАЦ Fe^{3+}	-0,00001	0,0016	0,00192
Константа классификационной функции k-группы, a_{ko}	-2,19396	-39,4127	-5,86670

Таблица 2

Параметры определения вида фарфора по материалу на основании спектральных исследований контрольных образцов

Номер образца	Числовые значения классификационных функций C_k			Соотношение числовых значений классификационных функций C_k	Вид фарфора по материалу
	C_1	C_2	C_3		
1	3,7	-28,4	-2,9	$C_1 > C_3 > C_2$	костяной
2	1,1	97,0	13,8	$C_2 > C_3 > C_1$	мягкий
3	-1,5	-21,9	14,1	$C_3 > C_1 > C_2$	твердый
4	-0,1	46,3	10,0	$C_2 > C_3 > C_1$	мягкий
5	-0,6	10,5	6,3	$C_2 > C_3 > C_1$	мягкий
6	-0,8	-23,7	5,2	$C_3 > C_1 > C_2$	твердый
7	2,3	-23,3	1,4	$C_1 > C_3 > C_2$	костяной

Дискриминантный анализ — раздел вычислительной математики, представляющий набор методов статистического анализа для решения задач распознавания образов, который используется для принятия решения о том, какие переменные разделяют (т.е. «дискриминируют») возникающие наборы данных (так называемые «группы»).

Общим недостатком химического способа и определения вида фарфора по значениям водопоглощения керамических изделий является сложность анализа, связанная с необходимостью разрушения фарфоровых изделий и специальной пробоподготовкой, а также с продолжительностью по времени идентификации фарфора по виду.

Предлагаемый способ состоит в обеспечении возможности создания непрерывно обновляемой компьютерной базы данных, содержащей информацию о спектрах фотолюминесценции фарфоровых изделий, выпускаемых промышленностью.

Преимуществами разработки метода фотолюминесценции являются отсутствие необходимости разрушения образцов, возможность обследовать образцы любой формы, использование малой площади обследуемого неглазурованного участка с размером не менее 50-70 мкм, а также высокая чувствительность к содержанию примесей люминогенов.

На основании полученных спектров фотолюминесценции определяют интенсивности спектральных полос ОАЦ O^* , $[UO_2]^{2+}$, Mn^{2+} , Fe^{3+} . Числовые значения классификационных функций (C_k), являющиеся определяющими величинами при установлении группы фарфора по материалу. Объективность способа, обусловлена экспериментально установленным явлением, присущим каждому образцу фарфора, - поглощать и переизлучать оптическое излучение (люминесцировать).

Содержащиеся в фарфоре примеси и собственные дефекты структуры фарфора могут быть оптически активными центрами фотолюминесценции, становясь при этом индикаторами вида фарфора по составу исходных компонентов и физико-химическим условиям фазообразования.

Заявленный способ идентификации фарфора представляет собой комплекс измерений, позволяющий определить методом исследования фотолюминесцентных свойств идентифицируемого образца совокупность показателей - интенсивность, положение центра полосы и показатель ОАЦ в спектре фотолюминесценции образца фарфора.

Из трех рассчитанных значений классификационных функций C_1 , C_2 , C_3 по таблице 2 выбирают классификационную функцию с максимальным значением, а по номеру этой функции устанавливают принадлежность фарфорового изделия к одной из указанных групп фарфора по материалу: 1 группа - костяной фарфор; 2 группа - мягкий фарфор; 3 группа - твердый фарфор.

Способ проведения автоматической регистрации спектра фотолюминесценции образца фарфора в оптическом диапазоне электромагнитного излучения в диапазоне длин волн 390-850 нм (с шагом 2 нм. лазер ЛГИ-505 на молекулярном азоте ($\lambda_{изл}=337,1\text{ нм}$) является неоценимым вкладом в строительное материаловедение.

Литература

1. Августиник А.И. Керамика. Л.: Стройиздат. - 1975. 592 с.
2. Справочник по фарфоро-фаянсовой промышленности / И.И. Мороз, М.С. Комская, М.Г. Савчикова. Т.1. – М.: Легкая индустрия. 1976. - 276 с.
3. Таращан А.Н. Люминесценция минералов. Киев: Наукова думка, 1978. 296 с.; Горобец Б.С., Рогожин А.А. Спектры люминесценции минералов: Справочник. - М.: Изд-во ВИМС. 2001. - 312 с.

Ценителям прекрасного хорошо знакомо это название, ставшее символом лучшего, что было создано мастерами Неаполя в области художественных ремёсел. Знаменитое синее клеймо фарфора Каподимонте ассоциируют с уникальным качеством и высоким стилем, равного которому нет в мире. Фабрика, выпускавшая оригинальную продукцию, прекратила своё существование в XIX веке, но её традиции нашли своё продолжение и бережно поддерживаются современными производителями.

Фарфоровая мануфактура Каподимонте была создана в 1743 году испанским королем Карлом III Бурбоном, сразу после завоевания Неаполя и Сицилии. Идею подала супруга новоиспечённого правителя – Мария Амалия Саксонская. Эта образованная женщина обладала тонким вкусом и покровительствовала развитию ремёсел, что нетрудно объяснить наследственными склонностями.

Дедушка королевы – курфюрст Саксонский Август II Сильный основал знаменитую мануфактуру в Мейсене, равной которой не было в Европе того времени. Мария Амалия мечтала, что продукция итальянской фабрики затмит славу немецкого фарфора, и скажет новое слово в производстве керамических изделий. Она предложила возглавить предприятие фламандскому химику Ливио Оттавио Шепперсу, который вместе с сыном Карлом взялся за усовершенствование известного состава каолиновой массы. К производству также был привлечён местный художник Джованни Казелли и флорентийский скульптор Джузеппе Гриччи. Последний разработал модели групповых и одиночных статуэток, впоследствии ставших визитной карточкой «Каподимонте» и прославивших его далеко за пределами родного Неаполя. К 1755 году штат пополнился ещё пятью подручными мастера, которые изготавливали формы для литья. Мария Амалия отправила в другие регионы Италии и за границу людей, искавших секретные рецепты изготовления фарфора, а также месторождения каолина, обладавшего

высокой пластичностью и пригодного для запекания при высоких температурах.

В результате удалось создать принципиально новый материал, отличавшийся от немецких и китайских аналогов нежной текстурой сырья, прозрачностью и особым, тёплым оттенком, который проявлялся после обжига. Смесь, состоявшая из меньшего количества каолина – белой глины, используемой в керамическом производстве и большего процента полевого шпата, позволяла без труда лепить тончайшие детали, но была капризной в обработке. Впоследствии она получила название «мягкий фарфор». Именно этот материал сегодня применяют для создания элитной дорогостоящей керамики и художественной скульптуры.

Фабрика Каподимонте, разместившаяся на вершине одноименного холма рядом с летней резиденцией Карла III, производила столовые сервизы, статуэтки и даже детали интерьера.

В частности, здесь изготовили декор в стиле шинуазри для Фарфорового салона Марии Саксонской, ставшего самой потрясающей частью королевского дворца. Всю продукцию отмечали клеймом с изображением лилии Бурбонов синего или золотого цвета.

Переезд и обновление. В 1759 году Карл III отрёкся от неаполитанского престола в пользу испанского и вместе с семьёй переехал в Мадрид. Туда же он перенёс производство фарфора, забрав всё передвижное оборудование фабрики, свыше 5 тонн сырья, около 40 неаполитанских рабочих и скульптора Гриччи.

Предприятие получило название «Мануфактура дель Буэн-Ретиро», его продукция ничем не отличалась от итальянских образцов и носила то же клеймо. Однако в 1803 году вместо **мягкого фарфора** стал использоваться **твёрдый**, что, вместе с зарождающейся модой на классицизм, привело к смене стиля и дизайна выпускаемых изделий.

Пока испанская фабрика активно развивалась, оставшееся без монаршей поддержки предприятие в Неаполе стало угасать. Хотя печи и многие формы для отливки скульптур или посуды остались, заниматься производством было некому.

Только через 15 лет фабрика возродилась, благодаря сыну Карла III, Фердинанду I. Её перенесли на новое место: в **пригород Неаполя – Портичи**. Туда же перешла и часть прежних работников, старавшихся максимально

сохранить традиции и неповторимый стиль материнского предприятия. Однако, некоторые перемены всё же происходили.

Помимо ярких глазурованных изделий, стали изготавливать монохромные статуэтки из бисквитного – прошедшего только первый обжиг фарфора с очень красивым нежным окрасом. Пышный рококо с его пасторальными сценками сменился классицизмом, пастухи и пастушки в костюмах придворной знати уступили место античным богам и героям. В росписи появились древнегреческие и египетские мотивы. Но, непревзойдённое качество продукции осталось прежним.

В конце XVIII века предприятие стало использовать новый товарный знак – заглавную букву «N» тёмно-синего цвета, увенчанную короной, который дошёл до наших дней.

Когда в 1806 году Наполеон Бонапарт захватил Неаполитанское королевство, Фердинанд I бежал на Сицилию под защиту стоявшего там британского флота. Это было печальным событием не только для государства в целом, но и для его ведущей фарфоровой мануфактуры. Предприятие вновь приходит в упадок, хотя ещё некоторое время продолжает работу и даже выпускает серию статуэток, посвящённых наполеоновскому правлению. В 1819 году оно закрывается окончательно, а имущество распродаётся с молотка.

Именно в этот период, происходят первые попытки фальсифицировать продукцию Каподимонте, имитируя её клеймо на изделиях небольших местных фабрик. Качество многих подделок уступало оригиналу, но на современных аукционах они нередко продаются, как подлинники, и только специалист может указать на ошибку.

Несмотря на экономические трудности и политическую нестабильность в Неаполе начала XIX века, производство фарфора здесь продолжалось, хотя и в более скромных масштабах. Первоочередное внимание уделялось практичной посуде, а не художественному литью. Производители старательно копировали веджвудские английские сервизы в молочной гамме покрытые полупрозрачной свинцовой глазурью.

Во второй половине XIX века в Неаполе открылись первые частные фарфоровые фабрики:

Majello; Mollica; Cacciapuoti; Visconti.

В 1867 году Альфонсо Майелло, удостоенный звания «рыцарь Иова», основал фабрику Majello, которая продолжила традицию производства фарфора Capodimonte, начатую в 1743 году с Королевской фабрики

Capodimonte, основанной королем Чарльз. Традиция продолжается благодаря скульптору Лучио Майелло и его сыновьям. [site:wikichi.ru](http://site.wikichi.ru)

Художник рисует эскиз объекта, который он хочет воплотить. Первый этап - изготовление меловой модели на токарном станке. Затем скульптор резцом вырежет детали объекта. Меловая модель помещается в гипсовую форму, куда льётся жидкий фарфор.

Далее формируют растительный декор из лепестков и листьев.

Клеймо ставится на изделие, чтобы гарантировать покупателю подлинность. Затем объект обжигают до 1250 °С, процесс длится минимум восемь и максимум 12 часов, в результате получаются бисквитный объект. Декораторы раскрашивают объект кистью. После того, как объект декорирован, его нужно повторно обжигают в течение восьми часов при температуре 750 °С, чтобы закрепить цвет.

На фабрике используется традиционная техника обжига «бисквитного» фарфора. Первый обжиг ведется при 1350°С, второй - после декорирования - на 700/800 °С.

На фабрике также используется традиционная техника обжига под названием «терзо фуоко» («третий огонь») для получения блеска.

Фарфор, для которого первый обжиг на 800°С; второй, после лакировки, на 1300°С; и третий, после декорирования, при 750°С. В этом режиме обрабатывают типичные предметы «Каподимонте».

Composizione floreale / Цветы: композиции из цветов.



Cestino realizzato con la tecnica «спагетто»



Фарфор «спагетто»: тарелки, лампы, вазы и другие предметы, сделанные полностью вручную, украшенные очень тонким фарфором в форме «спагетто».

ReginAmalia - colore bianco ottico - «Классический стиль: копирование шедевров, например "ReginAmalia", свободно вдохновленная репродукция знаменитой лампы, созданной в конце 18 века художником Джузеппе Гриччи

для королевы Амалии, жены короля Карла Борбонского, для Фарфорового будуара Марии Амалии Саксонской полностью сделан из фарфора.



Статуи: копии скульптур классического периода.
site:wikichi.ru

Mollica фарфоровая мануфактура



Фарфоровые цветы подсвечники Visconti Mollica Италия сер XX века 2 штуки одним лотом Редкость!

Очень красивые и редкие цветы- подсвечники, произведены в середине XX века на знаменитой семейной мануфактуре Mollica для Capodimonte Фарфор, глазурь, роспись.

Маркировка производителя.

Размеры: Роза длина - 16,5 см, ширина - 10 см высота - 9 см

Букет из 3 цветов - длина/ширина - 13,5 см, высота - 7 см



Вообще, на существование фарфора европейцам открыл глаза Марко Поло, когда вернулся из своего длительного путешествия по Китаю. Поначалу местные керамисты не знали, как добиться такого же результата. Хороших результатов удалось добиться лишь много десятилетий спустя, во флорентийских алхимических лабораториях Франческо I Медичи. Все они в той или иной степени повторяли образцы Каподимонте, на многих изделиях стоял фирменный

логотип «N» с короной. Постепенно название королевской мануфактуры становится нарицательным, обозначая не конкретное предприятие, а определённый стиль и способ производства. Например, Вустерский завод в Англии выпускал коллекции статуэток «Капои Монте» из **мягкого фарфора**, которые выполнялись в изящной манере с тщательной проработкой деталей. И хотя они имели слабое сходство с неаполитанским прототипом, этот факт свидетельствовал о высоком авторитете фабрики в глазах европейских производителей.

Однако были и недобросовестные изготовители, пытавшиеся нажиться на славе Каподимонте. Их продукция сомнительного качества украшалась известным клеймом, что впоследствии привело к путанице среди современных коллекционеров антиквариата.

Особенности культового фарфора

Первая мануфактура Каподимонте появилась в тот момент, когда Европа только пыталась разгадать многовековые секреты китайского фарфора. Саксонские производители открыли свой рецепт каолиновой массы, позволивший им занять лидирующее положение на рынке керамики. Нетрудно догадаться, что они не спешили делиться тайнами производства с возможными конкурентами.

Неаполитанцам пришлось изобретать свой рецепт практически «с нуля», учитывая **тонкости состава местных белых глин и дополнительных «присадок», повышающих пластичность и плавкость материала.** Для

производства оригинальной продукции использовали несколько видов каолина из южных областей Италии и редкий тип полевого шпата.

Уникальная эластичность смеси позволяла лепить тончайшие детали: ажурные кружева, лепестки цветов, многослойную одежду, оперение птиц и так далее. Кроме того, бисквит получался плотным, на него хорошо ложились, как глазурь, так и пигменты для росписи, создавая тончайшие, благородные градации оттенков.

Изделия проходили двух- и трёхступенчатый обжиг. Максимальная температура – 1240°C требовалась для глазурей, чтобы они полностью расплавились, обеспечивая гладкое равномерное покрытие. Цветовая гамма классического фарфора Каподимонте – **неяркая**, с преобладанием тёплых оттенков, которые характерны и для самой глины. Для некоторых работ использовалось 24-каратное листовое золото.

Многие наряды женских статуэток украшались тончайшим кружевом, которое имело свой секрет. Для его изготовления настоящую ажурную ткань опускали в каолиновую массу и оставляли на некоторое время – пропитаться. Затем во время обжига, текстильные кружева выгорали, а фарфоровые спекались и оставались на века.

Первый период развития фабрики:

Ассортимент продукции в разные годы. Период (гг.) Что выпускалось

1743 – 1759 Табакерки в виде раковины, подсвечники, столовые сервизы, цветочные вазы, чернильницы.

Предметы интерьера: декоративные консоли, рамы для зеркал, часы, светильники. Статуэтки рокайльного стиля – фигурки простых крестьян, нарочито приукрашенные и лаконично расписанные.

Второй период развития фабрики:

1771 — 1806 Посуда в псевдо-античном духе с преобладанием этрусских мотивов. Бисквитные скульптуры, копирующие греческие, римские и ренессансные образцы.

Наравне с этим, часто создавались фигурки пушистых животных из неглазурованного фарфора, обработанного специальным образом.

Поздний период, XIX век. И посуда, и статуэтки декорируются в английских традициях. Появляются фарфоровые цветочные композиции в корзинках или вазах, ажурная посуда и подносы.

В скульптурных группах изображаются преимущественно высшие слои общества. Преобладают сложные, утончённые наряды по моде XVIII века.

Современный бренд:

В 1925 году фабрика Каподимонте возродилась в очередной раз, сменив местоположение и стилистику. Предприятие открылось в Милане на севере Италии, за много километров от раскинувшегося на южном побережье Неаполя. Следуя веяниям времени, производитель стал выпускать скульптурные жанровые сценки в духе анимации Уолта Диснея. Не все они имели одинаковую художественную ценность, но техника исполнения оставалась безупречной.

На сегодняшний момент сразу несколько итальянских предприятий соревнуются за право продолжать традиции Каподимонте. Некоторые из них предлагают фарфор викторианского стиля – проверенную классику с пышным, многофигурным декором, другие пошли по пути миланцев, специализируясь на забавных, с долей юмора сценках из повседневной жизни.

Artigiano Capodimonte

Расположенное в Неаполе предприятие является прямым наследником королевской мануфактуры. Его изделия официально носят брендовое клеймо, означающее, что они были произведены по оригинальным технологиям XVIII века и полностью соответствуют высоким стандартам элитной керамики.

Ассортимент мало отличается от прежнего Каподимонте, однако, посудой фабрика не занимается, предпочитая исключительно декоративное направление.

Продукция включает: цветочные и фруктовые композиции; абажуры и пьедесталы для настольных ламп и светильников; пасхальный и рождественский декор; скульптуры птиц; сувениры; настенные панно; ювелирные фарфоровые украшения.

Venere Porcellane D'Arte

Расположенная в городе Кальдоньо (провинция Виченца, регион Венеция) фабрика выпускает продукцию в стиле Каподимонте, тоже отмечая её клеймом с буквой «N». Главному художнику предприятия – Вальтеру Скапинелло удалось объединить неаполитанскую и венецианскую школу фарфоровой скульптуры, создавая настоящие шедевры современного искусства. Фабрика разработала свой состав каолиновой смеси, который

держит в строжайшем секрете, а также особые пигменты на основе экстракта лаванды, скипидара и эфирных масел.

Коллекционеры всего мира стремятся приобрести невероятно изысканные произведения от Venere Porcellane D'Arte. Скапинелло виртуозно изображает бытовые сценки, придавая им неповторимый лирический колорит.

Porcellane Principe

Ещё одно предприятие из Виченцы, расположенное в городе Монтичелло-Конте-Отто. Известно отдельной коллекцией статуэток под названием «Каподимонте», копирующей лучшие образцы старинной неаполитанской мануфактуры.

Основанная в 1980 году, фабрика за свою недолгую историю успела приобрести мировую известность, благодаря исключительному качеству и красоте продукции. Фигурки в сложнейших нарядах эпохи барокко поражают гармонией форм и чисто итальянской живостью, утончённым сочетанием оттенков и текстур. Porcellane Principe можно назвать достойным продолжателем традиции в художественной керамике люксового сегмента.

<https://yacollector.ru/farfor-kapodimonte>



Оригинальный фарфор, поставляемый из Китая, тайна производства которого тщательно охранялась, был огромной ценностью в европейских странах. Хотя широкое изготовление качественного европейского фарфора началось только в XVIII веке, были и более ранние попытки открыть собственное фарфоровое производство.

Самый ранний европейский фарфор был изготовлен вовсе не Мейсенской фабрикой, а флорентийскими мастерами при дворе Франческо I Медичи. Этот тосканский правитель считался одним из самых образованных людей своего времени, интересовался искусством и естественными науками, в особенности химией и алхимией. Вместе с придворным архитектором Бернардо Буонталенти он искал секрет фарфоровой массы, опираясь на китайские, персидские и турецкие образцы, хранившиеся в коллекции семьи Медичи. По сведениям венецианского посла Андреа Гуссони, в 1575 году длившиеся более 10 лет опыты флорентийцев увенчались успехом.

«Фарфор Медичи», как его называют современные историки, по составу и свойствам был далёк от восточноазиатского прототипа. В его состав входили белые глины из Винченцы, полевой шпат, порошкообразное стекло (фритта), фосфат кальция, кварцевый песок, стеанит (мыльный камень) и волластонит. Покрывающую изделия глазурь смешивали с молотыми пережжёнными костями животных для увеличения общей прочности.

Джорджо Вазари сообщал, что эксперименты шли в флорентийской мастерской уже в 1568 году, но первые успехи, состоялись, вероятно, не раньше 1575 года, когда венецианский посол Андреа Гуссони сообщил, что Франческо Медичи открыл способ производства фарфора, и также указал на его качества: прозрачность, твёрдость, лёгкость и изящество. По сообщению Гуссони, на открытие метода ушло десять лет.

Изделия из мастерской Медичи не предназначались для коммерческой продажи, а использовались в качестве дипломатических подарков — к примеру, королю Испании Филиппу II.

Фарфор Медичи цветом и орнаментом копировал в основном традиционную китайскую бело-синюю керамику, но также можно встретить мотивы, характерные для турецкой керамики из города Изник. На обратной стороне изделий ставился знак в виде купола Брунеллески.

На изделиях из мастерской Медичи хорошо видны многочисленные изъяны производства, такие как: чрезмерная хрупкость, пузыри и трещины глазури, нечёткие узоры с попытками исправления, слишком яркие или блёклые цвета, возникающие после обжига. К тому же изготовление собственного фарфора оказалось слишком затратным, и, после смерти Франческо I в 1587 году, производство остановилось.



Фарфоровая бутылка мастерской Медичи
с деталями текстуры

Тем не менее, изделия из «фарфора Медичи» казались современникам совершенством. Они выглядели изящными и утончёнными, в противовес традиционной майолике, которая преобладала в Италии эпохи Возрождения. Для росписи использовался кобальт, опять же в подражание китайским мастерам. Первый итальянский фарфор почти

не сохранился. Всего было изготовлено, вероятно, около 300 изделий, из которых до нашего времени дошли несколько десятков.

Вслед за Медичи предпринимались и другие попытки создать аналог китайской тонкостенной керамики. Однако их нельзя назвать успешными. В 1720 году, уже после открытия мануфактур в Мейсене и Вене, венецианский предприниматель Франческо Вецци основал в родном городе фарфоровый завод, не уступающий в техническом отношении этим фарфоровым гигантам. Итальянец пошёл самым лёгким путём. Побывав годом ранее на венской мануфактуре Аугартен, он смог уговорить одного из основателей предприятия – Кристофа Конрада Хангера «поделиться» секретами ремесла. Австриец, до того работавший и на Мейсенской фабрике, не только открыл Вецци рецепт твёрдого фарфора, но и помог организовать весь производственный процесс. Несмотря на успешное начало, венецианская фабрика проработала лишь 7 лет и была вынуждена закрыться. Причиной стало возвращение Хангера на родину, после чего прекратились поставки высококачественного сырья из Саксонии, а также отсутствие финансовой поддержки извне.

В Неаполитанском королевстве и соседних государствах начались поиски песка и глины, годной для производства качественного фарфора. Каолин так

и не нашли, поэтому решили делать фарфор из других подходящих глин с южных месторождений, в смеси с полевым шпатом. В результате получили совершенно новый материал – более мягкий при производстве, но твердый и прозрачный после двойного обжига. Фарфор Каподимонте отличался от немецких и китайских аналогов тончайшей лепкой и обилием искусно выполненных деталей, а также особым тепло-молочным оттенком.



Ravone

Итальянская дизайнерская компания Ravone известна, прежде всего, благодаря своим оригинальным фарфоровым фигуркам, которые ценятся коллекционерами во всем мире. Впрочем, под этой маркой производятся не



PP68 Кукла винтажная EB101219PP68, Италия.



Фигурка Девушка с букетом (Pavone), JP-29/21



Фигурка Девушка с корзиной цветов (Pavone), JP-29/24



Фигурка Девушка с цветами (Pavone), JP-29/23

Тебе Единому посвящается!



Девочка с цветами. Ravone farfor.



Девочка с корзинкой. Ravone farfor.



Девочка с котёнком. Ravone farfor.



Маленькая. Ravone farfor.

только статуэтки, но и множество других изделий из фарфора — вазы, подсвечники, светильники, посуда и многое другое. Продукцию этой

компании можно увидеть на многих интернет-аукционах и, конечно же, в фирменных магазинах. Изделия компании, при всем их разнообразии, имеют характерный стиль, в котором простота форм объединяется с изяществом и завершенностью. Возможно, именно этот своеобразный стиль принес марке Ravone такую популярность.

Компания Ravone имеет несколько фарфоровых заводов в Италии и Китае. Все заводы используют одну и ту же технологию производства и единую систему контроля качества. Основным материалом является твердый белый фарфор, секрет изготовления которого был открыт в Европе в XVIII веке. Этот материал слабо деформируется при обжиге, что позволяет создавать статуэтки и другие изделия с большим количеством мелких деталей.

Изделия сложной формы собираются из нескольких частей, которые склеиваются с помощью фарфоровой массы. После обжига стыки невозможно увидеть и изделие выглядит монолитным.

Один из самых ответственных этапов — окраска. Каждое изделие окрашивается вручную, после чего покрывается глазурью и обжигается при высокой температуре (более 1000 градусов). В некоторых случаях глазурь не используется — тогда поверхность фарфора выглядит матовой.

Как известно, при обжиге изделий из керамики (в том числе и фарфора), нередко возникают трещины или деформации. Поэтому на фарфоровых заводах Ravone уделяется особое внимание контролю качества изделий. На каждом этапе производства — от подготовки сырья до упаковки — действует строгая система контроля. Бракованные изделия немедленно изымаются и уничтожаются. В продажу поступает только та продукция, которая успешно прошла все проверки.

Подтверждением высокого качества фарфоровых изделий является фирменное клеймо Ravone, которое наносится на нижнюю сторону изделия. Наличие такого клейма означает, что изделие признано безупречным.

Торговая марка Ravone выпускает фигурки из так называемого европейского фарфора. Он твердый, в отличие от мягкого китайского материала. Уникальность продукции Ravone – богатая цветовая палитра, в ней больше 4 тысяч цветов и оттенков. В специализированных магазинах можно купить статуэтки из итальянского фарфора идентичные по форме, но выполненные в

разных расцветках. Художники сначала окрашивают статуэтки, а затем покрывают глазурью, чтобы цвет не выгорал с годами.



Фигурка. Девушка танцует (Pavone), JP-29/20. Цена: 1400 руб.



Фигурка декоративная Pavone Юная леди JP-29/26, 10442.5. Цена 2170 руб.

Elite & Fabris

Основатель этой марки – скульптор Алессандро Маджиони. На создание фарфоровых фигурок его вдохновила деятельность Ломбардской школы классического фарфора – в 1972 году родилась ТМ Elite. Через 8 лет ее владелец купил пресс-формы одного из старейших венецианских заводов. К тому времени у мастеров мануфактуры сформировался собственный почерк. Его приоритетом была гармония, плавные линии, реалистичность фарфоровых героев. В то время фабрика занималась еще и реставрацией старинных скульптур, некоторые из которых датированы 1700 годом.

Новый этап развития начался после слияния компаний Elite & Fabris, представлявших разные школы и направления. Статуэтки выполнены в стиле гламур, существующем вне времени. За каждой готовой работой стоят недели кропотливого труда, утонченные и точные детали разрабатываются по фотографиям и картинкам из старинных журналов. Задача мастера – четко и тонко их воссоздать, передать дух времени.

Коллекция фарфоровых фигурок объединяет десятки женских образов и сюжетов. Дамы с ромашкой, зеркальцем, букетом, сумочкой, зонтиком. Леди в компании кавалеров и в одиночестве, танцующие и грустящие – вся гамма жизненных эмоций воплощена в миниатюрных фигурках.

Sabadin Vittorio

Sabadin Vittorio – одна из лучших итальянских мастерских, основанная в 1975 году. Ее основатель Сабадин Витторио с детства увлекался художественной скульптурой и живописью. К моменту открытия фабрики ему было 23 года. Поначалу производство занималось выпуском обычных скульптур, но Витторио находился в постоянном поиске идей, опробовал разные технологии, стремясь донести глубокие чувства и эмоции через образы, застывшие в фарфоре. Ему это удалось.

Сегодня фарфоровые изделия от Sabadin Vittorio – это синоним изысканности и безупречного качества. Штат компании включает 20 креативных художников – каждый год они презентуют новые уникальные работы.

Все статуэтки сделаны и расписаны вручную, в их составе нет смол и других вредных добавок. Украшаются брендовые изделия золотыми элементами, вставками из кристаллов Сваровски, оригинальной росписью. Подлинность каждой работы заверяется клеймом Vittorio's Sabadin и сертификатом.

Бренд покрывает свои изделия нетоксичными красками. Они запекаются при высокой температуре по фирменной технологии и не теряют насыщенности цвета столетиями. Так что итальянский фарфор – вне времени и моды. Он элегантен и красив всегда. <https://yacollectioner.ru/italyanskie-statuetki-iz-farfora>



Производитель: Vittorio Sabadin (Италия)
Фарфор Высота: 31 см. Цена 23100 руб.



Vittorio Sabadin (Италия) Материал: Фарфор
Высота: 35 см. Цена 22700 руб.



Vittorio Sabadin (Италия) Материал:
Фарфор Высота: 33 см, цена: 40700 руб.



Фигурка Ангел на раковине (Sabadin Vittorio),
SV- 47 14200 руб.

В каждой итальянской республике ремесло фарфоровой мануфактуры развивалось в своей традиции поддерживаемой правящей династией. Рассмотрим развитие ремесла в республиках Италии, например в Тоскане, *на одной из первых в Италии фарфоровых мануфактур — Richard Ginori во Флоренции.* Фарфоровая посуда Джинори на первых порах имела сероватый оттенок, который, по примеру изделий из майолики, «маскировали» непрозрачной оловянной глазурью белого цвета. Впоследствии, этот недостаток был устранён. В отличие от венецианской мануфактуры, семейное предприятие флорентийских аристократов смогло пережить все трудности становления и, спустя почти 300 лет, продолжает оставаться лидером керамической индустрии страны. После слияния с миланским керамическим заводом Augusto Richard, бренд называется «Ричард Джинори». Его главное направление — эксклюзивные сервизы и миниатюрные реплики скульптурных композиций эпохи Возрождения.



Генеральный директор и президент компании Richard Ginori Карлхайнц Хофер.

Нынешний президент компании, Richard Ginori, считает итальянскую мануфактуру уникальным местом. “Здесь под одной крышей уживаются ремесленные традиции XVII–XVIII веков и современный подход к бизнес-процессам, — говорит он. — Мы одновременно сохраняем культурное наследие и выпускаем актуальную продукцию”.



Образцы продукции, гипсовых форм и заготовок на мануфактуре Richard Ginori.

Можно сказать, что стремление найти золотую середину, между столь разноплановыми задачами, и определить судьбу Richard Ginori с момента основания и по сей день, привело фирму практически на грань банкротства, но, затем открыло нам новые горизонты.



Бюст Карло Джинори, основателя фарфоровой мануфактуры.

Основанное маркизом Карло Андреа Джинори в 1735 году в пригороде Флоренции семейное предприятие спустя сто лет стало известной фарфоровой мануфактурой “Дочча”, что, впрочем, не помешало ей столкнуться с экономическими трудностями.



Библиотека Эрнесто Раджионьери в Сесто-Фьорентино, на территории виллы Buondelmonti, где в XVIII веке маркиз Карло Джинори основал мануфактуру.



Проверка качества на мануфактуре осуществляется вручную до сих пор



Архивная фотография отдела росписи.

На помощь пришел промышленник из Милана, Аугусто Ричард, став одним из главных акционеров компании и добавив к её названию и свою фамилию. Похожая ситуация повторилась через полтора столетия: на этот раз управление компанией перешло концерну Gucsi. Сегодняшние нововведения позволяют спасти фарфоровые традиции от исчезновения.



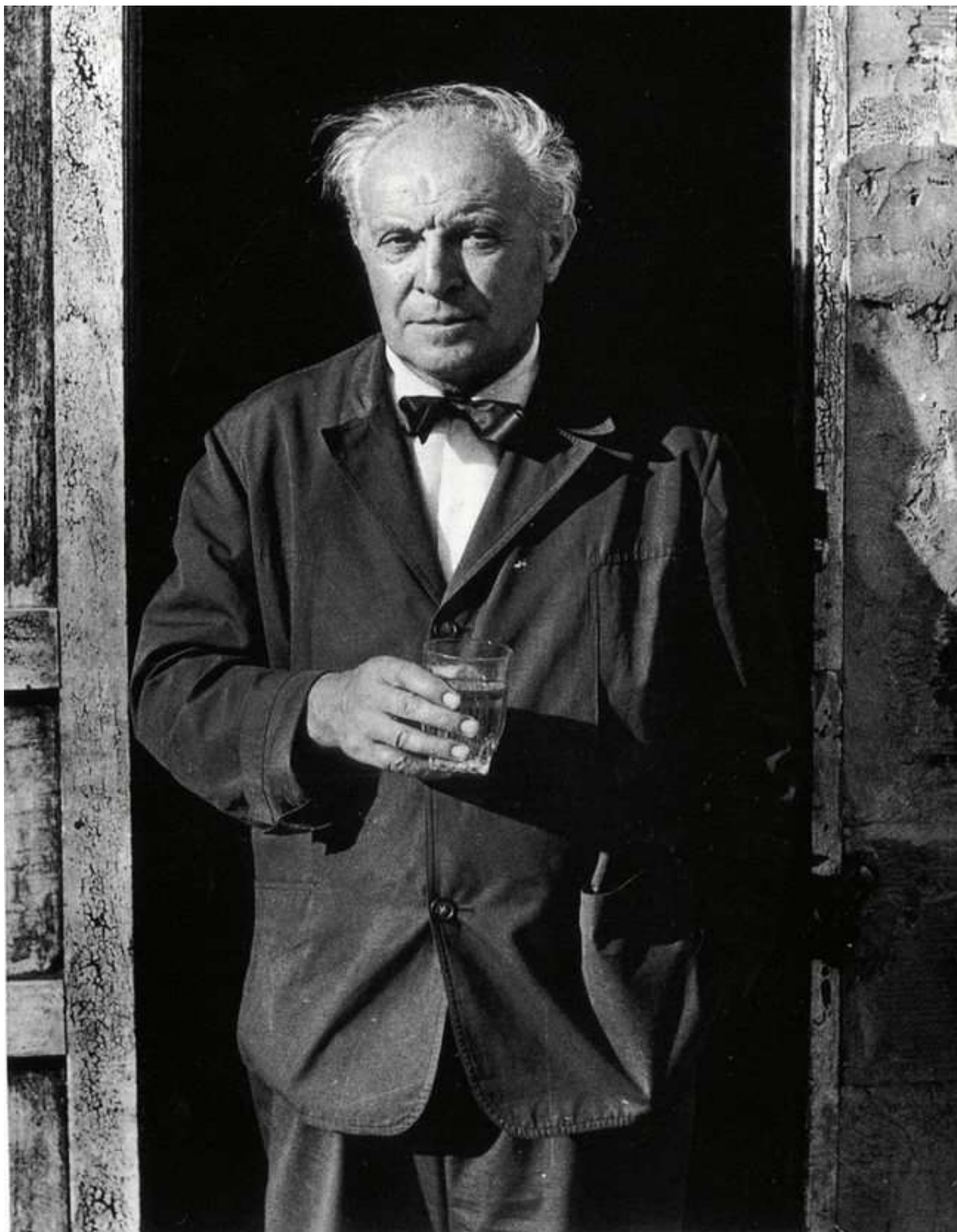
На мануфактуре Richard Ginori производят не только посуду, но и статуэтки, а также реставрируют различные фарфоровые изделия для музеев.

«Это местные “панды”, исчезающий вид, — с грустной улыбкой говорит про работников отдела ручной росписи пиар-директор Валентина Пуджелли. «На обучение художника уходит больше десятка лет. Сейчас мы открыли ремесленную школу, сотрудничаем с училищами и берем к себе на практику студентов. Художники, ушедшие на пенсию после пятидесяти лет работы, возвращаются в качестве преподавателей и готовят молодежь».



В этом цехе создаются гипсовые формы. Мастера, как скульпторы, вырезают все вручную. Здесь работает и молодежь — практиканты и выпускники художественных училищ.

В преемственность поколений верит и Карлхайнц Хофер: «Возможно, это прозвучит высокопарно, но наша миссия — в поддержании находящейся на грани вымирания ремесленной традиции и привлечении молодых художников и дизайнеров, которые, в свою очередь, могут привнести что-то новое в производство».



Итальянский архитектор и дизайнер Джо Понти (1891–1979).
Такое уже случилось в начале 1920-х годов. Молодой выпускник Миланского политехнического университета приехал в Сесто-Фьорентино для знакомства

с производством фарфора и задержался там, в качестве арт-директора на семь лет. Это был Джо Понти, основатель Domus и автор небоскреба Pirelli. В этом году креативный директор Gucchi и Richard Ginori Алессандро Микеле разрабатывает новые линии именно на основе орнамента «лабиринт», созданного Джо Понти около девяноста лет назад.



Так сушат разлитую по формам гипсовую смесь.

Впрочем, девяносто лет — это не срок, классические сервизы Richard Ginori не претерпели практически никаких изменений с 1740-х годов. Образцы

всевозможных декоров и форм хранятся в так называемом «Офисе воспоминаний» (так на мануфактуре называют архив). В производстве, изменения коснулись только состава красок, которые в наши дни соответствуют всем экологическим требованиям. В остальном, все происходит, как и двести восемьдесят лет назад.



Мастер извлекает вазу из гипсовой формы.

Для начала надо создать формы из гипса, они вырезаются художниками вручную, как скульптура, наоборот, в которой важна не внешняя сторона, а внутренняя. Для составных предметов требуется несколько форм, ведь каждая деталь, будь то носик или ручка чайника, отливаются отдельно. Гипсовые формы долго не живут, и после нескольких использований разрушаются от влаги и температуры.



Контроль качества.

Ручки и прочие мелкие детали отливают отдельно, а потом приклеивают. Итак, в форму, пропитанную оливковым маслом и марсельским мылом, и для прочности затянутую жгутом или ремнем, мастер заливает фарфоровую смесь — пропорции не меняются веками: половина каолина и по четверти кварца и полевого шпата. Гипс впитывает в себя воду из раствора, и примерно через полчаса формируется необходимая толщина готового изделия. Мастерам требуется дар предвидения: при обжиге фарфор дает усадку на 10–15 %, и, чтобы затем не было сюрпризов, нужно изначально создать заготовку верного размера.



Мастер глазурует фарфор.

После двукратного обжига (первый - в течение суток при 1000 °С, и второй — двое суток при 1400 °С) полученный бисквит глазуруют. Изделие погружают в ванну со специальным раствором, который, мгновенно высыхая, образует на поверхности стеклянную пленку. По иронии судьбы, за этот этап отвечает мастер по имени Джованни.

Коллеги в шутку называют его Иоанном Крестителем, ведь, он не только вручную окунает каждый предмет в раствор, но и дает ему имя — ставит клеймо с брендом. После “крещения” и контроля качества фарфор отправляется на продажу или в художественный отдел.



Контуры рисунка переносятся на тарелку с помощью трафарета и тампона с угольной пылью.

Все предметы, выпускаемые в Richard Ginori, подразделяются на два вида: декорированные вручную и расписанные вручную. В первом случае художник пользуется трафаретом, рисунками, напечатанными на специальной бумаге типа переводных картинок. Их наносят на поверхность изделия с помощью губки или резиновой лопаточки. Кстати, с недавних пор изображения, символизирующие ту или иную коллекцию, можно увидеть даже на доньшках с обратной стороны. После этого эстафета переходит к мастеру, ответственному исключительно за края тарелок или чашек: установив их на специальном вращающемся круге, он прорисовывает ободок кистью.



Ручная роспись по трафарету.

Отличие ручной росписи от декора (этим занимается мастерица на фото) — мастерица раскрашивает вазу по трафарету.

Ручная роспись требует большего внимания. В отделе работают десять художников, каждый из которых подписывает созданные изделия своим именем. «Роспись принципиально отличается от живописи, — объясняет Валентина Пуджелли. — Здесь важно максимально точно следовать

Тебе Единому посвящается!

за образцом и многократно повторять один и тот же рисунок, не внося в него никаких изменений. Но мы все равно видим индивидуальность художника и можем отличить руку одного мастера от другого».



Сервиз из коллекции Granduca Coreana.

“Итальянский дизайн — это сочетание опыта и вкуса к красивой жизни, — считает Карлхайнц Хофер. — Так что на Richard Ginori мы не только создаем фарфоровые сервизы, но, и стараемся сформировать определенный подход к искусству сервировки стола”.



Текст: Елена Карцева

Фото: Guido Clerici; архив пресс-службы

Итальянская мануфактура Richard Ginori 1735 выпустила лимитированную коллекцию фарфоровых тарелок специально для ресторана VUN отеля Park Hyatt Milan.

Дизайн посуды, а тарелки выпущены в количестве всего 200 штук, принадлежит Полу Смиту. Известный



английский дизайнер – довольно частый гость миланского отеля и поклонник кулинарного творчества шеф-повара фирменного ресторана Park Hyatt Milan Андреа Апреа.

Как признался Смит, блюда шефа VUN настолько хороши и изысканны, что вдохновили его на создание посуды, которая должна была стать им достойным дополнением и обрамлением. Каждая тарелка в коллекции расписана вручную оригинальным авторским орнаментом

«Paul Smith» – яркими полосками, и имеет собственный номер, подтверждающий ее эксклюзивность.

Также каждую тарелку Пол Смит подписал лично, что только добавило новому фарфору Richard Ginori 1735 исключительности.

Первая в Италии фарфоровая мануфактура открылась в Венеции в 1720 году. Этому предшествовало событие, также вошедшее в историю. Незадолго до этого в Германии с мануфактуры Meissen украли фарфоровую массу, которая попала в руки немецкого мастера Гундера, он и открыл первую в Италии фабрику по производству белого твердого фарфора.

Свои изделия предприимчивый немец расписывал орнаментом в стиле барокко и украшал росписью с изображением китайцев, китайскими орнаментами и мотивами, также как и мастера мейсенской мануфактуры, подражавшие китайским образцам.

Вторая фабрика в Италии открылась практически одновременно с первой (1720 г) и также в Венеции, основал ее ювелир Джованни Вецци. Но в 1740 году после недолгого существования она закрылась.

Третья итальянская мануфактура появилась в 1764 году и снова в Венеции. Открыл ее Джеминиано Коцци. Фабрика производила большое количество изделий, как из твердого фарфора, так и из мягкого, но они не отличались большой художественной ценностью.



Антикварная фарфоровая чайная пара сделанная в стиле Каподимонте, Италия

Гораздо более интересными и значительными в художественном плане стали изделия мануфактуры, основанной маркизом **Карло Джинори**. Она открылась в 1735 году в местечке Доччия, около Флоренции. Первые изделия фабрика дала в 1746 году, тогда же они поступили в продажу. Позже, в 1896 году мануфактура Джинори объединилась с миланской фирмой Ричард. Две компании образовали керамическое общество «Ричард-Джинори» («Richard Ginori»), которое позднее преобразовалось в концерн, объединивший 8 фабрик и мануфактур. Этот концерн работает и сегодня.

В 1738 году открылась «Фарфоровая королевская фабрика Каподимонте» («Real Fabbrica di Porcellana di Capodimonte»), основанная Королем Неаполя Карло де Бурбоне.

Ричард-Джинори (Richard Ginori)

В первые несколько лет после открытия фабрики Джинори, фарфоровую массу делали на каолине, который привозился из Китая. Но даже несмотря на это, она получалась с сероватым оттенком, а изделия из нее при обжиге сильно трескались. В 1770-х годах мануфактура Джинори решила отказаться от китайского каолина и перешла на лиможский. Это сразу сказалось на качестве фарфора – он стал прочным и белоснежным.

В этот период фабрика Джинори создавала фарфор, копирующий образцы мейсенской и венской мануфактур, что было неудивительно, поскольку на тот момент это были ведущие мировые фабрики. Но, уже к концу **18 века мануфактура Джинори** стала формировать собственный стиль. Исследователи это связывают с тем, что производство приобрело новое оборудование и формы. Кроме этого при фабрике Джинори была открыта специальная школа, где готовили художников по фарфору. Искусству керамики там обучали иностранные специалисты. В течение первых 9 лет, в **1746-1755 годах**, фабрика преимущественно выпускала белый фарфор без орнаментов, изделия с синей подглазурной и надглазурной росписью и посуду ройкальной формы – в форме раковин, кораллов, с причудливыми завитками. Несколько позже стали выпускаться изделия в формах и стиле классицизма, в красной, изумрудно-зеленой и фиолетовой гамме.



Ладья «Орлы», марка Джинори (Ginori), 19 век, фото «АртАнтик»

Фарфоровые изделия фабрики Джинори имели интересные художественные особенности: чайники были сделаны с такой деталью, как «замок». Это своеобразный выступ на крышке и соответствующее углубление в тулове. Также крышки некоторых ваз и суповых чашек украшали рельефными фигурами животных, овощей или фруктов, а тарелки делали с волнистыми краями.

Почти весь 19 век мануфактура Джинори выпускала фарфор по формам и моделям фабрики Каподимонте, которая успела прославиться великолепным молочно-белым мягким фарфором.

Фарфоровая королевская фабрика Каподимонте

В 1738 году король Неаполя Карло де Бурбоне открыл мануфактуру по производству фарфора недалеко от своего дворца, на холмах Каподимонте, и назвал ее **«Фарфоровая королевская фабрика Каподимонте» («Real Fabbrica di Porcellana di Capodimonte»)**. Это символичное название, которое переводится, как **«Вершина горы»**.

Мануфактура решила сразу заявить о себе, взявшись за «большие», в буквальном смысле, произведения. Она выпускала для королевских дворцов огромные вазы, фигуры и даже детали архитектурного оформления. В Каподимонте работал художник и резчик по камню Джованни Казелли. Он моделировал посуду с рельефным расписным декором, изображавшим сюжеты на морские и мифологические темы. Также мастера фабрики создавали фарфоровую скульптуру и пластику – персонажей итальянской комедии, мифологических героев и древнегреческих богов. Так появился стиль Каподимонте.

Твердый фарфор и бисквит (белый, неглазурованный фарфор) стали производиться в Италии наравне с мягким бисквитом только **в 18 веке**. Из них делали посуду, предметы быта, скульптуру. Сосуды и вазы с филигранным рельефным декором и выразительные фигурки, создавались в стиле барокко и рококо, пришедшему на смену. Фарфор Каподимонте называют воплощением итальянского чувства жизни, он сочетает *неаполитанские технологии, венецианские традиции и дух Италии*.

Когда в 1759 году Карло де Бурбоне стал королем Испании, он перевез фабрику из Каподимонте поближе к себе – в Буен Ретиро, что около Мадрида. Монарх был тонким ценителем искусства и был совершенно уверен, что лучший фарфор может производиться только в Италии и нигде больше, и тем более не привозиться с Востока. Но с переездом фабрика остановила производство. В 1771 году работа мануфактуры была возобновлена благодаря Фердинанду IV. Для его дворца мастера фабрики создали целую фарфоровую комнату. В 1821 году мануфактура закрылась окончательно, но стиль Каподимонте существует и сегодня.



Антикварный фарфор, стиль Каподимонте, Италия

© **Фарфорушка** при использовании материалов сайта активная ссылка на Farforushka.ru обязательна

Знаменитый итальянский бренд **Alessi** представил очередную новинку – фарфоровый сервиз «Dressed», который буквально переводится, как «украшенный».

Коллекция полностью оправдывает свое название – фарфоровая посуда действительно богато украшена, она имеет рельефный декор, напоминающий изящное кружево. Такая ажурная рельефная вязь – излюбленная и фирменная, манера автора коллекции – голландского дизайнера **Марселя Вандерса** (Marcel Wanders).

В этой технике мастер создал уже не одну серию изделий, последним же его проектом стала коллекция «Dressed» для бренда Alessi. В нее, к слову, вошли не только фарфоровые изделия, но и предметы из стекла и хрусталя – бокалы и фужеры, а также из нержавеющей стали – подносы и приборы для сервировки.

По словам Вандерса, работая над коллекцией он пытался создать такую посуду, которую можно было одинаково использовать и для праздничных событий, и для обедов в будний день. Впервые эту коллекцию **марка Alessi** представила в январе на выставке Maison&Objet 2011. Современное искусство сегодня часто обвиняют в потере критериев и исключительно в коммерческой ориентированности. Как отличить «вкусовщину» от подлинного, вечного и что есть нравственность в искусстве? На эти и многие другие вопросы ориентированности творчества, его месте, роли и будущем в современном мобильном мире, глубоко, авторитетно и увлекательно ответит Хикмат Гулямов – великолепный оратор и харизматичная личность.



Марсель Вандерс коллекция «Dressed» для бренда Alessi

Интерактивные лекции Гулямова, являются ценным вложением в кругозор, культуру и саморазвитие для любителей фарфора. Вы осознаете не просто ценные знания, но пищу для ума и души, которой не хватает многим в современном обществе.

Хикмата Гулямова с фарфором связывают давние отношения. В 80-х годах он занимался исследованиями в области западноевропейского искусства, и вопросом его влияния на прикладное искусство в России. Изучения привели

художника на Императорский фарфоровый завод (тогда еще ЛФЗ), где Хикмат Гулямов в сотрудничестве с ведущим художником завода Инной Олевской познавал особенности росписи и пластику фарфоровой скульптуры. 80-е и 90-е годы были наполнены новыми открытиями и достижениями, но уже в области скульптуры и теории искусства.

«На Ленинградском фарфоровом заводе сделал из фарфора скульптуру Будды. Лепка, может, и несколько мистическая, но лепил ее сразу-без всяких форм, прямо из фарфоровой массы».

Именно тогда Хикмат Гулямов решает заняться теорией изобразительного искусства и приезжает в Россию для встреч с представителями русской искусствоведческой школы.

Благодаря этим встречам творческая практика художника в русле реалистического западноевропейского письма приобрела философское обоснование и открыла для понимания внутренние художественные процессы.

Практика требует и создает теорию, теория предполагает практику и существует для нее.

В результате работы появились интересные наработки в области разрешения проблем росписи по фарфору и восстановления архаичной пластики фарфоровой скульптуры.

Тонкое чувство формы и высокий профессионализм художника позволили ему заниматься росписью по фарфору и создать несколько фарфоровых скульптур.

После объединения Италии, в Неаполе одна за другой открылись частные фарфоровые фабрики: Майелло, Моллика, Каччапуоти, Висконти.

Они старательно и бережно копировали образцы королевской мануфактуры, поэтому вскоре Каподимонте стало именем нарицательным, относясь не к отдельно взятому производству, а к уникальному стилю и технологиям. Неаполитанские мастера сумели сохранить и развить традиции, изобретая все новые методы и техники. Так фарфор Каподимонте вошел в список главных ремесел Апеннинского полуострова, наряду с муранским стеклом, венецианскими масками, сицилийскими марионетками пупи и т.д.

Что отличает итальянский фарфор от производителей всего мира? Первое - инновационный дизайн. Второе - яркая, «жизнерадостная» цветовая гамма. Третье достоинство итальянского фарфора - доступность. Ведущие



производители тонкостенной керамики выпускают продукцию на любой вкус, для широкого круга потребителей.

Позитив – первое слово, которое приходит на ум, когда смотришь на итальянский фарфор, производимый сегодня. Несмотря на современный дизайн посуды, в её стилистике угадываются лучшие народные традиции, получившие новое прочтение. Истоки красочного фарфора со смелыми сочетаниями цветов и узоров следует искать в майолике эпохи Возрождения. Интересны проекты на стыке дизайна, архитектуры и технологий, где сложнейшие орнаменты «соседствуют» с многофигурной росписью, и в этом нет, и не было ни следа аляповатости или кича.