

ВСТУП. ІСТОРІЯ ЕТИКЕТКИ

Етикетка має дуже давню історію, часові відрізки якої сягають за тридцять-сорок тисячоліть у сиву давнину ще на початок зародження людського суспільства. Саме в цей період з'явилась людина сучасного типу — кроманьйонець. На зорі людства починає зароджуватись тотемізм — комплекс вірувань, міфів, обрядів та звичаїв родоплемінного суспільства. Поява цих зображень привела до створення стилізованих родових знаків. До нашого часу дійшли родові знаки слов'ян («знамена», «рубезжі», «мітки»), тюрків, монголів («тамги») та інших племен і народів.

З розвитком первісного суспільства виникає мистецтво печерного і скельного розпису. Живопис первісних мисливців, віддалений від нашого часу щонайменше на 10—15 тис. років справляє приголомшливе враження. В цей час були створені надвеликі за розмірами багатофігурні ритуальні ансамблі печерного і скельного живопису, які збереглися до нашого часу на стінах печер Адлора (Сицилія), Альпера, Альтаміра, Валлторта (Іспанія), Ласко, Комбарель, Фон де Гом, Марсула, Руфіньяк, Труа Фрер, Ла Мадлен, Монтеспан (Франція), Капова печера (Південний Урал), скелях Тассілін-Анжер, Могар Тахтані, Тіуга (Північна Африка), Арнхемленду (Австралія) та в інших місцях. Ці доісторичні пам'ятники містять поліхромні зображення оленів, коней, мамонтів, мастодонтів, биків, кабанів, кам'яних баранів, бізонів, постаті людей (рис. 1).

Поряд із печерним живописом зароджується так зване мобільне мистецтво — орнаментальні і схематичні зображення на невеликих за розмірами виробках із каменю, кістки, рогу, деревини. Мобільне мистецтво, скельний і печерний живопис були тими первісними витокami, з яких виникло сучасне мистецтво відтворення зображень. Це був далекий-далекій паросток, який через прірву часу привів людство до цілої низки художніх витворів сучасності, до яких безперечно належить і етикетка.

У доісторичні часи з'явилась кераміка — майбутній первісний носій інформації і матеріал, який вперше був застосований для виготовлення стародавніх пакувальних засобів. Масове використання керамічного



Рис. 1. Зразки первісного печерного розпису:
а — ревучий бізон із печери Альтаміра (Іспанія); б — зображення північних оленів із печери Фон де Гом (Франція)

посуду — попередника керамічної тари, почалося в IV—V тис. до н. е. у племен, які населяли Анатолію, Іранське нагір'я, Месоамерику. У той період почали виробляти різноманітний за формою посуд, що розписували із використанням різних орнаментів, серед яких виділялась символіка мальтійського хреста, стилізованих зображень биків, коней, антилоп і т. п. Посуд доповнювався глиняними кришками з печатками. Глиняними кришками зі складними геометричними печатками закривали свої посудини землероби Південного Ірану (поселення в районі Персеполя періоду V—IV тис. до н. е.). Печатки мали певні ознаки, які вказували на їх приналежність певному власнику, сім'ї чи общині. Знайдені в Ірані глиняні кришки є першими з відомих зразків маркування хатнього посуду — передачі пакувальних засобів. Деяко пізніше глиняні печатки використовувалися шумерами, єгиптянами, народом стародавньої цивілізації Хараппа, що існувала в долині ріки Інд. В Єгипті у додинастичний період (5000—3100 років до н. е.) виникли найстародавніші культури Бодарі, Амра, Герзе. Вона слугувала як кухонний посуд і як ємкості для зберігання харчових запасів. В Європі перші керамічні вироби з'явилися пізніше — в III—V тис. до н. е. з появою племен, які займалися землеробством. Центрами, де розвивалася розписна кераміка були острів Крит, Балкани, Північна Італія, південь Франції, область між Дністром і Дніпром (де існувала так звана трипільська культура).

Керамічні ємкості з IV тис. до н. е. стали незмінним атрибутом побуту землеробських цивілізацій, що виникли в долинах Тигру, Євфрату, Нілу, Інду, Хуанхе, Янцзи, народів і племен, що населяли Месоамерику. Призначення і використання старовинних ємкостей часто загадкове й незрозуміле. Деякі з них використовувались для зберігання та перевезення

продуктів, інші — для релігійних обрядів та ритуалів, треті — під час захоронень. Зміна їхньої форми, способів оброблення й декору вражають. Старовинні посудини набували форми людей і тварин, демонів, міфічних істот. До цього часу вони зберегли в собі магію еротики, потаємної загрози, урочистості кохання, радості, краси, надії, життєстверджуючого початку і прихованої сили. Не менш загадкові маркування та символи, які вкривають ці утилітарні та широко вживані у побуті речі. Глина також стала першим в історії людства матеріалом для письма. В IV—III тис. до н. е. у давньому Шумері з'явилося клинописне письмо, яке велось на табличках із глини.

В античну епоху для морських і сухопутних перевезень почала широко використовуватись керамічна транспортна тара — амфора. Для довгострокового зберігання продукту горловини амфор замазувались пуцолановим цементом. Ця в'язуча речовина широко використовувалась у будівництві римлянами і являла собою пемзовий пісок або перемелений туф у суміші з гашеним вапном і водою. На пробках амфор ставили печатки, які вміщували інформацію про товар. Так, на амфорах з вином могли вказуватися постачальник і місяць, протягом якого амфора наповнювалась вином.

Маркувалась і сама амфора, позначалось місце її виробництва або виробник (рис. 2). Це був один із найвідоміших прикладів маркування тари в античному світі. Перше клеймо на горловинах амфор з'явилося у греків уже в VI тис. до н. е., а у сирійців у VIII тис. до н. е.

У IV—III тис. до н. е. в Єгипті навчилися виготовляти папірус — найуживаніший у Стародавньому світі матеріал для письма. Для цього використовувались стебла рослини сімейства осоки (*Syperus papyrus*), яка у великій кількості й сьогодні росте в долині Нілу. Сорт тростини, що використовували для виробництва папірису, був особливим — царським.

При виготовленні матеріалу для письма стебло папірису завтовшки з кулак очищали і відділяли зовнішню луб'яну оболонку. Пористу серцевину стебла розщепляли на тонкі стрічки. Їх довго вимочували, відбивали дерев'яним молоточком і щільно складали в один шар. Наступний шар накладали зверху під прямим кутом до попереднього. Шари спресовували для створення тонкого білого гнучкого матеріалу і висушували його на сонці. Після висихання стрічки з'єднували між собою, створюючи щільний аркуш матеріалу. Окремі листи шліфували пемзою, галькою, гладилками зі слонов'ячої кістки, відбивали молоточком і проклеювали смолами, щоб при письмі не розтікались червоні й чорні чорнила, які наносили пензликом на полотно папірису. Потім

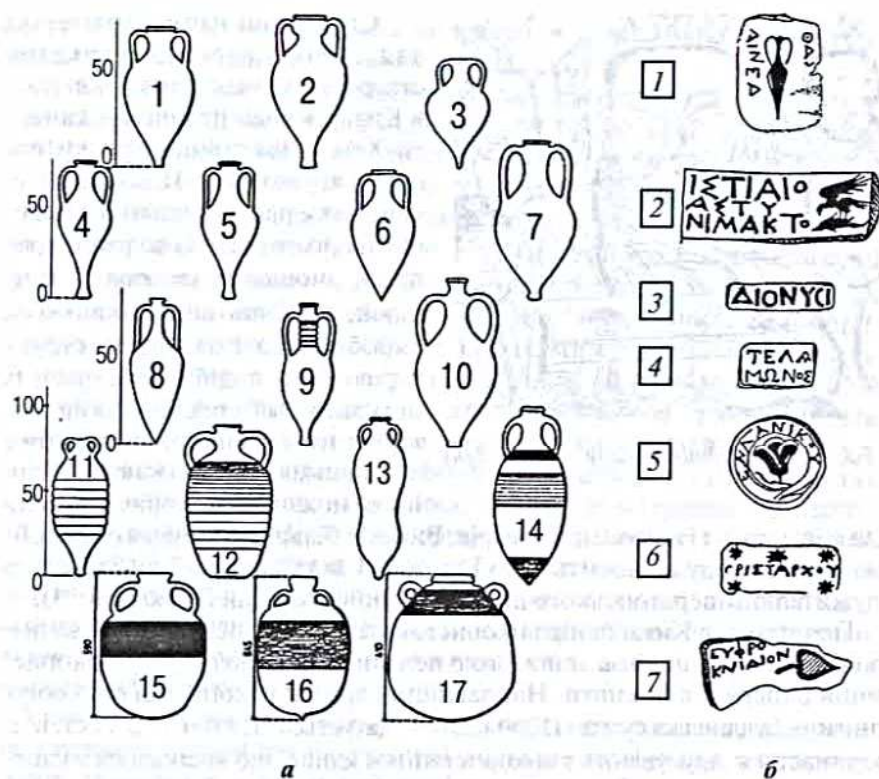


Рис. 2. Корабельні амфори, знайдені у Середземному та Чорному морях:
 а — різноманітні за формою амфори, виготовлені у Мілеті, Хіосі (VI—V тис. до н. е.), Форосі (VI тис. до н. е.), Геракле (VI—III тис. до н. е.), Синопі (III—I тис. до н. е.), Родосі (III—I тис. до н. е.) та інших місцях;
 б — маркування, яке позначило виробника і місце виготовлення амфори: 1 — Форос; 2 — Сицилія; 3 — Геракле; 4 — Херсонес; 5, 6 — Родос; 7 — Книд

листи папірису склеювали кістковим клеєм або клейстером, створюючи довгі полотна завширшки 20—25 см. Папірус використовували здебільшого для письма, а іноді у пакувальних цілях. З I тис. до н. е. папірус набув поширення по всьому Середземномор'ю. В VII тис. до н. е. його починають використовувати в Греції, в VI тис. до н. е. — на Апеннінському півострові. В Римській імперії, в часи правління імператора Августа (I тис. до н. е.), із папірису виготовляли 8 різних сортів паперо-подібних матеріалів, у т. ч. — обгортувальні пакувальні матеріали.



Рис. 3. Винахідник паперу — Цай Лунь

Справжній папір — матеріал для виготовлення етикеток створений більше 2 тис. років тому в Китаї, в часи правління династії Хань. Найдавніші зразки паперу датуються I—II тис. до н. е. Спочатку паперовоподібні матеріали виготовляли із волокон кропиви, зношених вірвовок, ганчірок, відходів шовкоткацького виробництва і за своєю структурою були подібні до сучасних нетканих матеріалів. Такий матеріал не міг використовуватись для письма і, як вважають вчені, його можливо використовували

для обгортання і пакування товарів. Винахід більш досконалого способу здобуття паперу відноситься до I ст. н. е. і за традицією приписується служителю імператорського двору — сановнику Цай Луню (рис. 3).

Початково в Китаї папір використовувався для письма і малювання, які робилися тушшю за допомогою пензлика. Іншою галуззю використання паперу стали книги. Найдавніший зразок рукописної паперової книги — буддійська сутра «Піюй цзін» — датується III ст. н. е. З VI ст. н. е. починається друкування з використанням кліше, що висікалися з каменю. Ця технологія в подальшому привела до виникнення літографії, коли зображення наносилося на плоский камінь, а потім віддруковувалося на папері. В IX ст. у Китаї почали використовувати ксилографію — друкування з мідних гравійованих дощок. Друкарською формою слугувала дошка, на поверхні якої малювали текст і зображення, що підлягали розмноженню. Потім вручну гравіювали (вирізали) пробільні ділянки, отримуючи таким чином форму високого друку. В період 1041—1048 рр. був винайдений китайським ковалем Бі Шеном більш прогресивний спосіб — високий друк з використанням рельєфних елементів — шрифту, виконаного з випаленої глини. В 1340 р. була надрукована перша книга у два кольори, що свідчило про винайдення багато-кольорового друку. В період X—XIII ст. почалось швидке розповсюдження друкованих китайських книжок. У XII—XIII ст. у Корей, а з XIII ст. в Китаї для друкування використовуються окремі елементи металевого шрифту. З XV ст. в Корей шрифт почали відливати з бронзи. У часи

династії Мін в Китаї був також винайдений трафаретний друк, який використовувався для оздоблювання виробів із шовку.

Від Китаю до Європи технологія виготовлення паперу пройшла довгий у часі та просторі шлях — через Індію, Середню Азію, Персію, Арабський халіфат. Минуло більш як ціле тисячоліття, перш ніж у Європі в іспанському місті Касатива близько 1150 р. почала працювати перша паперова майстерня. Папір почали широко використовувати як матеріал для письма, замість пергаменту, який виготовлявся із обробленої телячої шкіри. Важливим винаходом, що збільшив використання паперу в Європі, був винахід Йоганном Гуттенбергом близько 1440 р. книгодрукування. Він створив більш сучасний спосіб виготовлення літер шляхом їх виливання із свинцю, причому з однієї вилитої форми — шрифтової матриці — можна було виготовляти значну кількість літер. Винахід Гуттенберга мав революційні наслідки. Всього лише через 60 років в 1500 р. більш ніж у 260 європейських містах працювало більше 1500 друкарень. Як друкарські форми для відтворення зображень використовувалися і гравюри на дереві. А з другої половини XV ст. для друкування у Європі почали використовувати і перші форми глибокого друку — гравюри на мідних пластинах. На них малювали зображення і різцем заглиблювали друкувальні елементи. На початку XVII ст. ці заглиблювання виконували розчином хлорного заліза на мідних пластинах і азотною кислотою на цинкових пластинах.

З появою в Європі паперових мануфактур почалися перші спроби використання паперу для пакування і маркування. Для цього спочатку використовувалися відходи типографського виробництва — неповні відбитки та обрізки країв надрукованих книг. У XVI ст. друкарі, як правило, не переплітали книги доти, доки не знаходився покупець, і продавали у крамниці окремі сторінки з числа непроданих та погано віддрукованих. У середньовічних містах Італії (Венеції, Флоренції, Мілані, Падуї) під час карнавалів і свят виник звичай кидати з вікон і балконів у натовп брусочки та кульки із плавленої цукрової маси. Загорнуті в різнокольорові паперові обгортки, такі вироби, що називалися конфеті (confetti), є одним із перших відомих європейських зразків паперового пакування — обгортки. Для загортання товарів папір використовували в окремих випадках із XVI ст. в Італії, Німеччині, Франції та Нідерландах. З середини XVI ст. папір широко використовується в крамницях Англії для загортання колоніальних товарів — американського тютюну і китайського чаю. В XVIII ст. у різних країнах Європи папір використовували не тільки як обгортковий матеріал, а й для виготовлення найпростіших паперових пакетів. Однак до кінця

XVIII ст. папір був ознакою пишноти та розкоші, оскільки він виготовлявся вручну.

У XIV ст. в Європі почали використовувати папір із водяними знаками, а потім розпочалося друкування цінних паперів. У XV ст. у Венеції, а потім в інших містах Італії та Німеччини з'явилися перші типографські марки. В XVI ст. прообразом перших етикеток були маркувальні знаки, виконані типографським способом. Спочатку марку використовували як гербовий або поштовий знак, що було свідомством про сплату державних податків. І лише потім марка стала фабричним клеймом, знаком фірми, що ставиться на виробі або упаковці для виділення виробника.

З часу появи фаянсових та скляних пляшок для вина з'являються і рельєфні написи на них з інформацією про місце і час збирання винограду, а також фірмові знаки, які вказували на якість продукту та ім'я його виробника. Прототипом сучасних етикеток також були написи на аптечних посудинах, які повідомляли про назви ліків та їх склад. До ранніх «етикеток» можна віднести написи й зображення на скляних, глиняних, дерев'яних й фарфорових посудинах для зберігання і продажу парфумів та косметичних препаратів.

У 1798 р. баварський картограф Алоїз Зенефельд винайшов спосіб кольорового прямого плоского друку — літографію, в якій друкарська форма виготовлялася вручну на вапняковому камені. Зенефельд запровадив «хімічний друк», як називали спочатку літографію, сконструював верстат, на якому виготовляли відбитки. За допомогою літографії стало можливим робити типографським способом порівняно недорогі кольорові відбитки. Практично одночасно в 1799 р. французький майстер Микола-Луї Робер отримав патент і побудував першу в світі папероливарну машину неперервної дії — самочерпку. Вона дала змогу замінити ручне виливання паперових матеріалів механізованим. У 1804 р., за проектом Робера, англійським механіком Братаном Донкіним була побудована перша реально діюча папероливарна машина. В подальшому вона отримала водяний привід, сушильну частину, була удосконалена і введена в дію у 1807 р. Папір машинного виготовлення і літографія підняли образність, що мала емоціональну силу, на такий рівень, якого світ ще не знав. «Це, — пише Томас Хайн у своїй книзі «Все про пакування» — було частиною соціальної трансформації, що дала з кінця XIX ст. навіть робочому класу жити повним життям».

Освоєння процесу літографії і налагодження промислового виготовлення паперу мали революційні наслідки. На початку XIX ст. пакування і етикетки почали набувати все більшого розповсюдження, перш за

все у Великобританії, яка переживала промислову революцію. У 1834 р. в одному тільки Лондоні було більше 700 літографів. Це дало змогу освоїти виробництво однофарбових, а потім і багатофарбових недорогих етикеток. Поява багатофарбових етикеток внесла рекламний елемент і збільшила продаж по-новому оформлених то-варів. Обклеювались етикетками обтягнуті оксамитом або шовком дерев'яні коробки для парфумів, косметики та ювелірних виробів. Багатофарбові етикетки розміщували на обгортках цукерок, мила, різних господарських то-варів. Етикетки з'явилися на консервних банках з рибою і м'ясом, флаконах з парфумами, пакетиках з пудрою, баночках з мазями і ліками. В ролі етикетки іноді виступали листівки з привітанням від власника магазину, оптового постачальника або виробника товару.

Етикетки кінця XVII — початку XIX ст., надруковані в одну фарбу спочатку мали тільки утилітарне призначення — інформувати виробника про товар та його виробника. На сірникових коробках перші однофарбові етикетки з'явилися в Англії у 1826 р. В 1853 р. на шведській сірниковій фабриці в м. Іенчепінгу почали виробляти сірники у коробках із багатофарбовою кольоровою етикеткою. Часто етикетки друкувались безпосередньо на обгортках тютюну, чаю, кави. З 1820 р. була започаткована традиція етикетування шампанських вин. Пляшки з цим вином прикрашались стандартними етикетками, які були виконані у лаконічному стилі. Клієнт отримував товар з етикеткою на замовлення за додаткову плату. Потім почали виготовляти багатофарбові етикетки для пляшок із вином, в яких було відведено місце для вписування від руки назви товару.

Значний вплив на виникнення, становлення і художнє оформлення етикетки мала геральдика. Перші герби і емблеми використовувались ще в державах Стародавнього світу (в III—II тис. до н. е.): орел з головою лева (Шумер), змія (Єгипет), орел (Персія). Проте у Західній Європі герби родів і міст широко застосовували, починаючи з XI—XIII ст. Геральдика започаткувала символіку, що застосовувалась при позначенні держав, міст, областей, родів (королівських, дворянських, купецьких та ін.). В XI—XIII ст. у містах Італії, а потім Франції, Німеччини, Англії виникають перші професійні об'єднання ремісників — кравців, столярів, бондарів, виноробів, пивоварів тощо. Корпоративні об'єднання ремісників — цехи — мали свої емблеми, як правило, із зображенням знарядь праці. Такі емблеми мали навіть окремі високопрофесійні майстри. Різноманітні емблеми, подібні до гербів знаті та символіки ремісних цехів і мануфактур середньовіччя часто використовувались при оздобленні етикеток в XIX і на початку XX ст.

Завдяки старанням філателістів, сьогодні маємо реальну можливість об'єктивно проаналізувати також шлях становлення такого різновиду етикетки, як поштова марка. Вона вперше з'явилась у Великобританії 6 травня 1840 р. Перша поштова марка — «Чорний пенні», віддрукована чорною фарбою. Це був знак сплати поштового збору вартістю 1 пенс. Потім поштові марки були введені в Бразилії та Швейцарії (1843 р.), США (1847 р.), Франції (1849 р.) та інших країнах. У Росії поштові марки були введені у 1858 р. У 1879 р. в Австрії з'явилися поштові картки. Через деякий час марки почали випускати поштові відомства практично всіх країн світу (рис. 4).

Художні композиції на поштових марках почали відтворювати на основі спеціальних гравюр та малюнків з використанням високого, глибокого, плоского друку та його різновидів (офсету, типоофсету і т. п.). Поштові марки були не тільки засобом платежів, а й стали своєрідними етикетками, які супроводжують більшість поштових відправлень — від звичайних листів до поштових бандеролей. Вони перетворилися на документи, які відтворюють історичні особи і події, містять відомості про країни і народи, технічні та культурні надбання людства.

Еволюція поштових марок проходила в часі паралельно з розвитком етикеток для маркування товарів. Спочатку чорно-білі етикетки, якими маркувалися товари, мали тільки напис, а інколи ще й торговий знак. На відміну від кіно і телебачення, фаза чорно-білого зображення в упаковці тривала недовго.



1 2 3

Рис. 4. Перші поштові марки:

1 — англійська поштова марка «Чорний пенні» (1840 р.);
2 — французька марка (1849 р.); 3 — російська марка (1858 р.)

З появою кольорового друку все зразу змінилося. Звичайно, чорно-білий друк на коробках зберігався ще до кінця XIX ст. Але виробники товарів і торгівля швидко зрозуміли, яку емоціональну дію має лише один колір, доданий до малюнка або символіки. Одна з перших (часів громадянської війни між північними і південними штатами Америки) американських консервних банок мала кольорову етикетку, яка, хоч і не могла порівнятися з сучасним суперреалістичним дизайном, все ж таки здатна була збудити апетит і в нас (рис. 5).

Пізніше в 1888 р. від американських виробників масляних сурогатів вимагали, щоб на їхній обгортці слово «MARGARIN» було надруковано чітким шрифтом у дюйм заввишки. Виявилось, що сила емоціональної дії образів дає змогу обійти урядові постанови. На більшості етикеток було зображення вродливої дівчини прямо над написом. «Сіль у тому, — писали тоді в «American Litografer», — що 99 людей із 100 приймали слово «маргарин» за ім'я молоденької красуні». Приблизно до 70-х років XIX ст. паковані товари були предметом розкоші. Їх купляли для подарунку або для того, щоб хизуватися ними, і коштували вони дорожче кольорових картинок, які були надруковані або наклеєні на упаковку.

У першій половині XIX ст. для маркування



Рис. 5. Етикетки другої половини XIX ст.:
а — для жерстяних банок з м'ясними консервами (1865 р., США); б — на складених картонних коробках для вівсяних пластівців «Quaker Oats» (1884 р., США); в — для сирникових коробок (70-і рр., Росія)

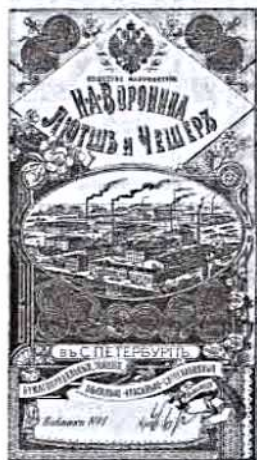


Рис. 6. Зразки ярликів для маркування рулонів з тканиною кінця XIX — початку XX ст.

мануфактури та інших готових виробів почали застосовувати товарні ярлики. Спочатку вони являли собою звичайні шматки тканини або картону, на яких зазначалась назва та характеристики товару. З часом на ярлику з'явилися товарні знаки та відомості про виробника — назва, адреса, місцезнаходження. У кінці XIX ст. торговий ярлик перетворився на своєрідну візитну картку виробника, де поряд із характеристикою товару і виробника значне місце надавалось рекламі (рис. 6).

Товарні знаки виробників у кінці XIX ст. часто копіювали або нагадували родові герби, оскільки власники заводів у багатьох випадках були представниками старо-винних родів, котрі мали власні герби. У подальшому товарні знаки набули інших графічних форм, більш лаконічних і стилізованих, з урахуванням художніх напрямків того часу.

Протягом XIX ст. етикетка почала перетворюватись на головний елемент реклами товару, засіб спілкування виробника з покупцем. Впровадження етикеток стимулювало збільшення попиту на товари. Так, з 1820 по 1920 р. споживання шампанського збільшилось з 2 млн до 20 млн пляшок на рік, у т. ч. під впливом ексклюзивних етикеток, які наклеювались на пляшках. За 100 років розвитку етикетка для цього вина ставала все більш різноманітною: прямокутною, квадратною, круглою, еліптичною, у формі

виноградного листа, пляшки, корони і т. п. Сіра і чорна фарби змінювались на різнокольорову палітру з переважанням рожевої, блакитної, зеленої, червоної, золотистої фарби. На зміну плетеним візерункам прийшли гірлянди, герби, султани, венеціанські леви, беркути, ангели, вакханки, ельфи, сирени. На етикетках відтворювались пейзажі Шампані, пам'ятники, відомі персони, історичні події та багато іншого. Мода на етикетку для шампанського була примхливою, вона стимулювала уяву, створювала привабливий образ товару, пристосовувалась до менталітету населення різних країн і континентів.

Одним з яскравих прикладів виникнення та розвитку промислового дизайну на теренах України в XIX ст. є історія етикетки Кримських вин. Кримська винна етикетка з'явилась тільки тоді, коли в 1783 р. Крим був приєднаний до Росії і князь Потьомкін Таврійський започаткував тут державне виноробство. До початку XX ст. сформувалась система етикетування пляшок з вином. Існували етикетки, які слугували лише для технічних потреб — маркування винних запасів. Такі зразки були паперовими рукописними «етикетками», інформаційно дуже скупими: назва вина, його номер і рік виготовлення. Виготовлення винопродуктів розвивалося на науковій та промисловій основі, а система оформлення товару підпорядковувалась законам ринку. З середини XIX ст. на етикетці розміщувалась достатньо повна інформація про вино — до десяти пунктів характеристики. Наприклад: «Мадера «Мальвоази» № 30, 1/8. Лучшая. Бр(атья) Шталь. Натуральная сладость гарантируется. С.-Петербург, ул. Гоголя, 14. Поставщик двора Его Императорского Величества. Собственных виноградников «Алькодар» в Крыму. Хранить лежать». Етикетка виконувала не лише технічну, а й рекламно-інформаційну функцію. Єдиними декоративними елементами залишилися геральдичні символи — фамільні герби власників плантацій і торгових домів. Тут ми читаємо відомі в Росії імена і прізвища: Імп. Олександр Павлович, великий Кн. Олександр Михайлович, К. А. Нарішкін, Н. Х. Кизильштейн, Е. Н. Винне. Назавжди пов'язані з кримським виноробством імена князів Л. С. Голіцина та Н. П. Шустова.

Поступово кримські вина ставали відомими завдяки назвам, і на етикетках з'явилися декоративні елементи у вигляді накладних рамок й віньеток. Але серед зразків XIX ст. є й такі, з яких почалося формування індивідуального стилю етикетки кримських вин — на етикетках з'явилися зображення кримського пейзажу. Наприклад, гравюри кримських краєвидів на етикетках таких вин, як «Шайтондере» № 68 кн. Л. С. Голіцина, «Мускат білий» № 21 і «Мускат роже вий» № 23, «Сапераві» № 14, помістя Гурзуф Н. Х. Денисова, «Ай-Петрі» № 5,

«Піно-Флері» № 18 торгового дому В. Вишнякова та ін. Етикетки друкувалися літографським способом, на білому папері в два-три кольори, з використанням бронзового порошку. Судячи з усього, ескізи до етикеток розробляли художники, які працювали при друкарнях. Майстри наносили зображення на літографські камені, підготовлені до друку. З підписів на етикетках можна дізнатися про авторів хромолітографій: Н. Баркета, І. Михайлова, Н. Д. Худякова, Р. Голіка, В. П. Якубовича [9].

До кінця XIX ст., з удосконаленням технології друкування й зміною уподобань споживачів, етикетка кримських вин стала шедевром графічного і поліграфічного мистецтва — вона більш насичена кольором (використовуються кольорові заливки фону) і складними декоративними елементами в стилі «модерн», який був популярний в образотворчому мистецтві на рубежі XIX — XX ст. перших зразків промислової графіки з пролетарською, а пізніше — радянською символікою (рис. 7).

На рубежі XIX—XX ст. з'явилися етикетки, віддруковані у кілька фарб з використанням різноманітних видів друку, плоского і рельєфного тиснення під «золото» (рис. 8).

Стиль модерн, який тоді панував у живописі та архітектурі, поширився на етикетку. Характерний для модерну рослинний орнамент, зображення фей, витончений шрифт широко використовувались при оздоблюванні етикеток тютюнових виробів, харчових продуктів, парфумерних і косметичних товарів.



Рис. 7. Етикетки кримських вин початку і середини XX ст.

Хоч у XIX ст. пакування було не тільки невеликою частиною друкованої продукції, воно сприяло деяким важливим удосконаленням друкарської технології. В 1879 р. внаслідок пошуків можливості друкувати безпосередньо на жерстяних коробках розробляється принципово новий вид плоского друку — офсетний. На відміну від літографії, в офсетному плоскому друці зображення з формної поверхні переносяться на задруковуваний матеріал через проміжну еластичну (гумову) поверхню. В кінці XIX ст. з'являється флексографічний спосіб друку. Проте сам термін «флексографія» вперше було введено лише 2 жовтня 1952 р. Комітетом з флексографічного друку при Інституті упаковки (США). Флексографія (від лат. flexus — зігнутий і грец. grapho — малюю, пишу) — це різновид високого друку з використанням гумових або фотополімерних еластичних друкарських форм і швидкозасихаючих малов'язких фарб. У подальшому цей вид друку знайшов широке використання саме для виготовлення етикеток. Революцію у флексографічний друк внесли фотополімерні флексографічні форми, які з'явилися у кінці 60-х рр. XX ст. У 1974 р. компанія «Дюпон» освоїла виробництво фотополімерних пластин «Сугел», призначених для виготовлення флексографічних форм. З цього часу почався стрімкий злет флексографічного друку. У другій



صرا انگریزی ۹۰ نومبرہ لی سیامہ چائین کیم صلا متی برین
ПОДРОБНА ВРАХТА І РЕКОМЕНДАЦІЇ НА ЗАКАЗ.



Рис. 8. Етикетки початку XX ст. для упаковки різних споживчих товарів:

а — пакки чаю; б — флакону для парфумів; в — коробки для тудри

половині XX ст. набувають розвитку інші види спеціального друку, а в кінці XX — на початку XXI ст. з'явився цифровий друк.

Стрімкий розвиток консервної, пивовареної та парфумерно-косметичної промисловості у 80—90-х рр. XIX ст. призвели до необхідності створення етикетувальних машин. До цього часу банки з консервами та пляшки з вином випускали без етикетки або етикетували вручну. Етикетку протягували через валки із клеєм, а потім наносили на тару. У Німеччині в 1895 р. з'явилися перші патенти на пристрої для етикетування скляних пляшок (рис. 9).

Zu der Patentschrift

№ 84049.

Flaschenetikettir-Vorrichtung.

Patentiert im Deutschen Reiche vom 15. Februar 1895 ab.

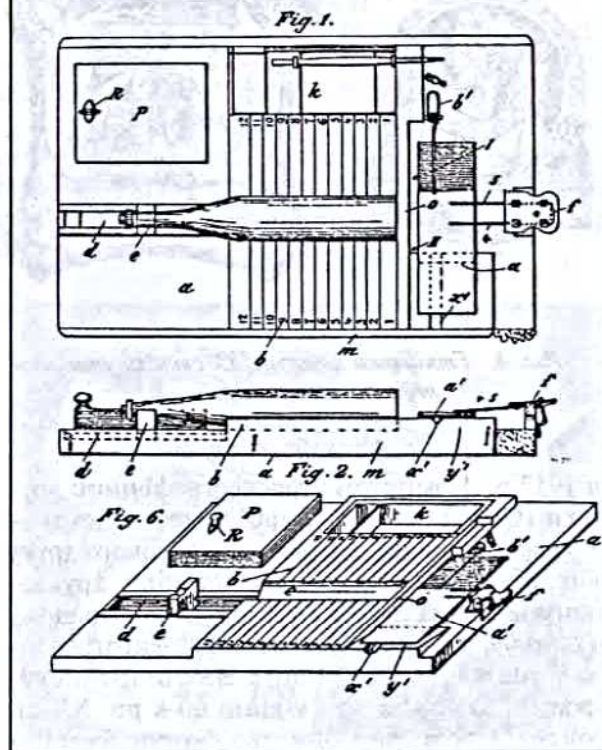


Рис. 9. Один з перших патентів на пристрій для етикеткування скляних пляшок

ліся перші патенти на пристрої для етикетування скляних пляшок (рис. 9).

З їх допомогою на паперову етикетку наносився тонкий шар клею, а потім етикетка переносилась на пляшку (рис. 10).

Після закінчення Першої світової війни в Німеччині з'явилися перші справжні напівавтоматичні етикетувальні машини горизонтального типу. Пляшки вручну поміщали в машину, притримуючи їх рукою. Машина наносила клей на етикетку і переносила її на пляшку. Такі машини мали горизонтальний клейовий валик із латуні, оснащений пристроєм для знімання залишків клею. Інше конструктивне

оформлення передбачало нанесення клею окремими краплями безпосередньо на скляні пляшки. Потім до пляшок підводилась стопа з етикетками. Тогочасні етикетувальні машини мали істотні конструктивні вади. Крім того, виявився комплексний характер проблеми автоматичного етикеткування тари. Клеї на основі крохмалю або декстрини не мали потрібної міцності, тому етикетка при нанесенні на тару зміщувалась. Великі відхилення розмірів (до 5—8 мм за діаметром і висотою) мали скляні пляшки, які тоді вироблялись. Не було спеціального паперу, що спричинювало розмокання етикетки та її часткове розгортання після висихання клею.

На початку 30-х рр. XX ст. були розроблені вертикальні етикетувальні машини. В 1935 р. у Німеччині почали виготовляти вертикальні машини з вакуумним гумовим барабаном, на якому етикетка утримувалась за допомогою вакууму. Закріплена на барабані етикетка проходила через клейовий валик, змащувалась клеєм, а потім закріплювалась на пляшці. Технічна продуктивність машини була невелика і сягала лише 1500—2000 пляшок на годину — звичайна потужність існуючих тоді фасувальних і закупорювальних машин. Однак на той період це була революція в обладнанні для етикетування. Проте карколомні й приголомшуючі зміни у техніці етикетування почалися після Другої світової війни. Технічний прогрес у цей період був разючий. У короткий термін напівавтоматичні етикетувальні машини були витіснені машинами автоматичної дії і цілими автоматичними лініями. На початку 50-х рр. здебільшого ще використовувались напівавтоматичні горизонтальні етикетувальні машини з продуктивністю до 1500 пляшок на годину. Через 20 років у 70-х рр. XX ст. продуктивність повністю автоматичних етикетувальних ліній досягла 40 000—50 000 одиниць тари на годину. З початку 80-х рр. XX ст. почали виготовляти моно-блоки, які об'єднували в єдине ціле машини для відбраковування пляшок, їх наповнення, закупорювання і етикетування загальною продуктивністю більше як 60 000—80 000 пляшок на годину. Одночасно на тару наклеювали основну етикетку, контретикетку (із

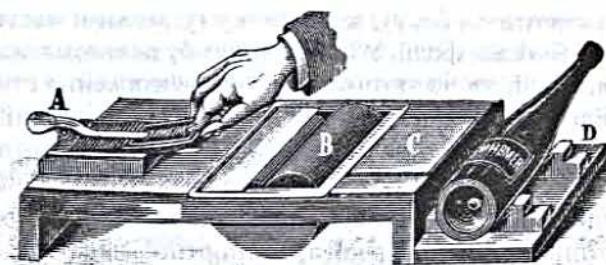


Рис. 10. Пристрій для етикетування скляних пляшок початку XX ст.

зворотного боку), кальєретку (у верхній частині тари) та кільце з алюмінієвої фолії. У нових лініях були автоматизовані всі технологічні операції, аж до автоматичного завантаження етикеток і підготовки та підігрівання клейової дисперсії. Ці комплектні синхронізовані установки обслуговувалися всього 2—3 операторами.

В останні 50 років у технології етикетування були впроваджені численні новації. Зараз етикетки використовуються для всіх видів і типів тари: споживчої, транспортної, пакет-піддонів і т. п. З початку 50-х рр. ХХ ст. почали використовуватися етикетки на основі полімерних і комбінованих матеріалів, термоусаджувальні — слив-етикетки. Для закріплення етикеток впроваджені різноманітні клеї — від казеїново-крохмальних до клеїв-плавів. Динамічно розвиваються етикетки із клеями постійної липкості (самоклеїні етикетки). Нині їх частка становить 50% усіх етикеток, які використовуються в світі [15—17]. Для оздоблювання етикеток застосовують практично всі види декорування, включаючи різноманітні види друку з використанням термофарб і флуоресцентних фарб, конгревного тиснення з використанням металізованої фольги. Для захисту від підроблення використовуються голограми, старт-мітки та радіочастотні RFID-чіпси. Розвиток етикетки стрімко продовжується й найближчими роками ми станемо свідками ще більш різючих нововведень.

У подальшому голографію почали використовувати для захисту документів і товарів від підробок. Стрімкий ріст фальсифікації продукції і підробок документів за останні роки загострив потребу у новітніх технологіях, які б давали змогу швидко, дешево і точно визначати оригінальність («справжність») об'єктів.

Методи одержання голограм такі, що їх неможливо відтворити за допомогою навіть самого сучасного копіювального чи поліграфічного обладнання.

Провідним виробником голограм в Україні є спеціалізоване підприємство «Голографія», створене на базі міжнародного центру «Інститут прикладної оптики» НАН України. Воно розробляє і виготовляє голограми для захисту від підробок бланків цінних паперів, документів, товарних знаків виробників продукції, різних товарів тощо.

Захищають свою продукцію голографічними етикетками й захищеними елементами і такі власники відомих торгових марок, як «Гетьман», «Клінков», «Перша гільдія», «Агро», Київський і Львівський ювелірні заводи та ін.

Оформлення і виробництво етикетки у більшості країн регламентується нормативними документами. Наприклад, в Росії ОСТ 29.1—2001 «Етикетки надруковані способами офсетного і флексографічного друку» і ТУ-9571-016-11624078—97 «Етикетки, контретикетки, кальєретки для пляшок з харчовою рідиною» [23].

Уведення спеціального законодавства про етикетку відноситься до 70-х років минулого століття. Цього часу всі особливості етикетки як частини пакування товару стали визначатись місцевим, національним або міжнародним законодавством [23].

Стандартизація вітчизняної етикетки була впроваджена в роки радянської влади. У 1934 р. вийшов ОСТ 350, відповідно до якого всім підприємствам пропонувалося випускати тільки визначені сорти пива, кожному сорту повинна була відповідати визначена етикетка. На зміну ОСТ 350 прийшов ДСТ 3473—46, який визначав дизайн етикетки для пляшки з пивом, що стало стовідсотково стандартним. Як наслідок, у 60—80-і роки неможливо було зовні відрізнити, наприклад, київське пиво від рівенського. Папір для етикетки, в основному вітчизняного виробництва, розподіляли в рамках планового господарства. Лише виняткові підприємства мали право на отримання та використання імпортного паперу, що також здійснювалося централізовано [23].

Після розпаду Радянського Союзу почалося бурхливе зростання вітчизняної поліграфії. Скасування обмежень у зовнішній торгівлі поклато початок прямому імпорту. Період 1994—1995 років можна назвати стартом перегону якості. Вітчизняні поліграфічні підприємства вели активну конкурентну боротьбу між собою, а водночас — із закордонними виробниками [23]. У період гіперінфляції замовлення на друк етикетки стали активно повертатися в Україну.

Отже, за останні два століття етикетка була не тільки найважливішим і загальноприйнятим елементом торгово-промислових відносин, а й частиною загальнолюдської культури. Це своєрідний інформаційний, рекламний і торговий знак фірми — виробника, і при цьому — дійсний твір прикладного мистецтва.

Етикетки — це історичні документи, за якими можна простежити зміни економічних і політичних ситуацій, моди і технічних можливостей, вивчати економіку і аналізувати стан ринку.

Над створенням етикеток працювали в різні часи відомі художники, промграфіки, дизайнери. Асоціації дизайнерів-графіків за останні роки поповнилися новими талантами, які створюють цікаві роботи, багато з яких бачимо на полицях магазинів.

Перехід нашої країни до ринкової економіки зажадав нових підходів до вирішення дизайну етикетки. З'явилися нові матеріали, нові можливості оформлення, виготовлення і друкування. Етикетки стали яскравими і різноманітними. Про це свідчать останні міжнародні виставки, присвячені етикетці.

Література до передмови і вступу

1. Ярема С. М., Овчар О. М., Мамут Б. Г. Етикетка. Сучасний стан. Тенденції розвитку // Упаковка. — 1999 М. № 1. (10) — С. 62—65.
2. Ярема С. М., Овчар О. М., Мамут Б. Г. Етикетка (Новітні види) // Упаковка. — 2003 — № 1. — С. 20—22.
3. Этикетка — постоянный рост производства // Тара и упаковка. — 2003. — № 3. — С. 10.
4. Волосевич А. Самоклеящиеся этикетки в Белоруссии. Тенденции и перспективы // Упаковка. — 2003. — № 1. — С. 20—22.
5. Ярема С. М. Видавничі поліграфічні технології та обладнання. Загальний курс. — К.: Ун-т «Україна», 2006. — 320 с.
6. Овчар О. М., Мамут Б. Г., Ярема С. М. Вибір ефективної технології друку етикетково-пакувальної продукції // Палітра друку. — 2003. — № 1. — С. 68—71.
7. Этикетка — Labelshow — LabelEXPO // Флексо-Плюс. — 2003. — № 2. — С. 56—57.
8. Майкл Ферри. Тенденции и новые разработки в производстве простых самоклеющихся этикеток // Упаковка и этикетка в Белоруссии. — 2000. — № 1. — С. 76—79.
9. Шредер В. Л., Пилипенко С. Ф. Упаковка из картона. — К.: ИАЦ «Упаковка», 2003. — 300 с.
10. Немировский Е. Л., Горбачевский Б. С. С книгой через века и страны. М.: Книга, 1964. — 384 с.
11. Немировский Е. Л. Мир книги. — М.: Книга, 1986. — 288 с.
12. Маливин В. В. Китайская цивилизация. — М.: Астрель, 2000. — 632 с.
13. Шредер В. Л. Забытый тарный материал // Упаковка. — 1997. — № 2(3). — С. 44—46.
14. Хайн Т. Все об упаковке / Пер. с англ. И. Шаргородской. — СПб.: Азбука-Терра, 1997. — 288 с.
15. Кортленд Л. Бове, Уильям Ф. Арнс. Современная реклама: Пер. с англ. — Тольятти: Изд. «Дом Довгань», 1995. — 704 с.
16. Степанова О. История этикетки крымских вин // Упаковка. — 2003. — № 2 (33). — С. 66—68.
17. Сбитнева Н. Ф. Особливості розвитку радянської упаковки 30-х років. Утилітарні та художні аспекти. Дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства. — Харків: Академія мистецтв, 2003. — 204 с.
18. Филин В. Этикетки из Шампани // Полиграфия. — 2000. — № 4. — С. 76—79.
19. Ярема С. М., Овчар О. М., Мамут Б. Г. Етикетка (Нотатки історії) // Упаковка. — 2002. — № 6 (31). — С. 62—65.
20. Этикетка: Як виготовити? / С. О. Войтенко, Л. В. Рудник, О. В. Сафанов, Я. Циманек, С. Якушевич / Під ред. д-ра техн. наук, проф. Е. Т. Лазаренка. — К.: ІАЦ «Упаковка». — 2003. — 184 с.
21. Асиновский А. Товарный ярлык: подпись производителя или гарантия качества выпускаемых товаров // Пакет. — 2001. — № 6 (11). — С. 48—50.
22. Этикетка: тенденции и инновации // Тара и упаковка. — 2000. — № 1. — С. 8—9.

23. Этикетка / Бумага и жизнь. — 2002. — № 3. — С. 30.
24. Рудник Л. В. Слово про етикетку // Современная этикетка: Справочник-каталог. — Днепрпетровск: Лира. — 2001. — С. 11—12.
25. Черняк Е. Этикетка // Мир упаковки. — 2002. — № 4. — С. 50—53.
26. Токарчик З. Г., Козак О. П. Этикеточная продукция // Палитра друку. — 1999. — № 1. — С. 49—52.
27. Островський А. Голографія: от Дали до защиты мобилок. Газета. Вечерние вести. — 2003. — 30 октября. № 164 (1064). — С. 5.
28. Hermann Kronseder. Handbuch der Ausstattungstechnik. — 1985. — 248 с.
29. Грундке Г. Упаковка сегодня и в будущем // Упаковка. — 2006. — № 1. — с. 30—32
30. Войтенко С., Рудник Л., Циманек Я. Аналіз стану і перспектив розвитку технологій виготовлення та використання етикеток // Доп. III наук.-техн. конф. студентів і аспірантів «Друкарство молоде». — К.: ВПФ НТУ «КП», 2003. — с. 32—34.