

ЕВОЛЮЦІЯ ЕКСКЛЮЗИВНИХ ПАРФУМЕРНИХ ФЛАКОНІВ

Ганоцька О.В., аспірант

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Анотація. Стаття присвячена питанню зародження та розвитку виготовлення ексклюзивних парфумерних флаконів від стародавніх часів до сучасного періоду. Безумовно, парфумерні флакони є чимось величним, ніж простою тарою для ароматичної рідини – флакони говорять про епоху, про людей і про часи. Вони можуть стати своєрідним провідником в історію, треба тільки уважніше подивитися на них.

Ключові слова: дизайн, ексклюзив, парфумерна галузь, флакон.

Аннотация. Ганоцкая О.В. Эволюция эксклюзивных парфюмерных флаконов. Статья посвящена вопросу зарождения и развития изготовления эксклюзивных парфюмерных флаконов от древних времен до современного периода. Безусловно, парфюмерные флаконы являются чем-то величественным, чем просто тарой для ароматической жидкости – флаконы говорят об эпохе, о людях и о временах. Они могут стать своеобразным проводником в историю, нужно только внимательнее взглянуть на них.

Ключевые слова: дизайн, эксклюзив, парфюмерная отрасль, флакон.

Annotation. Ganotskaya O.V. Evolution of exclusive bottles of perfume.

The article is devoted to the question of conception and development of making of the exclusive bottles of perfume from ancient times till the modern period. Sure, bottles of perfume are more majestic, than simple package for an aromatic liquid, they say about an epoch, people and times. They can become an original guide in history, it is needed only more attentive to look at them.

Keywords: design, exclusive, perfume industry, bottles of perfume.

Постановка проблеми. Постійні новації та спроби себе перевершити зараз є дуже актуальною темою для компаній, які зайняті у пакувальному бізнесі. А що стосується упаковки для косметичної та парфумерної галузі виробництва, то саме тут та ще в не багатьох інших секторах, упаковка може стати справжнім витвором мистецтва. І хоча ця технологія достатньо дорога, успіх забезпечує креативно-технологічний потенціал. Сьогодні набуває величезної популярності розкіш та витонченість старовини. Стрімке зростання парфумерії обмежених тиражів (limited edition) також вимагає створення особливої упаковки. Проте якщо говорити про матеріал, то тут, як і завжди, царює скло. Скло відповідає постійно змінним вимогам ринку і знаходить застосування в упаковці класу люкс. Ще кілька років тому флакони від парфумів колекціонували лише одиниці. Сьогодні ці судини мають право на участь у престижних аукціонах Франції, США, Росії. Їх вартість часто досягає неймовірних розмірів.

Зв'язок роботи з важливими науковими або практичними задачами.

Стаття написана за темою та матеріалами дисертаційної роботи, відповідно до індивідуального плану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що багато авторів сьогодні цікавляться новими тенденціями у галузі елітної парфумерної упаковки. Наприклад, Казначеева М. у роботі «Упаковка для парфюмерии: тонкости декорации» звертає увагу на різноманітні види декорування упаковки для парфумерії, де завжди присутня якість, характерна для «немасовості» і ексклюзивності [3, С. 44]. У своїй статті «Искусство упаковки – тема диссертации» В. Слемзіна вказує на те, що деякі зразки упаковок можна вважати «матеріальними предметами історії розвитку техніки і прикладного дизайну, і безумовно, ці експонати представляють великий мистецтвознавчий і дизайнерський інтерес» [7, С. 75]. Що стосується сучасності, то з цього приводу висловила Н. Салімова: «Сьогодні «ретро»-упаковка передбачає деяке витрачання, але зростання рівня доходів населення веде до значного збільшення преміум-сегменту у сфері косметичної та парфумерної продукції» [4]. Це підтверджує і І. Смелянова – у статті «Упаковываем парфюмерию» вона наголошує: «Світові тенденції в упаковці для парфумерії показують, що неухильно відбувається зближення товарних характеристик продукції сегментів «масс-маркет» і «люкс». Саме на основі нових розробок створюються більш актуальні моделі упаковки, які, по суті, повторюють стиль півторастолітньої

і більше давності. Примітно, що витончені технології використовуються як у виробництві скла, вживаного для первинної упаковки, так і у виробництві вторинної упаковки, у тому числі з картону» [2, С. 40]. З приводу саме ексклюзивної упаковки висловилася Т. Сердобинська у статті «Одежда для упаковки»: «Проходять сторіччя, змінюються епохи і стилі, але окремі предмети побуту, змінюючи своїх власників, через століття із стародавніх часів і до наших днів, прикрашаючи виставкові зали музеїв або зберігаючись у приватних осіб, розказують нам про культуру, естетику і побут попередніх поколінь. Серед різних типів упаковки тільки рідкісні її різновиди і частіше ексклюзивні можуть дозволити собі переживати своїх власників» [5, С. 116].

Задача статті – визначити історичні етапи та тенденції розвитку створення ексклюзивних парфумерних флаконів.

Дизайн упаковки для парфумів тісно пов'язаний з найдавнішими традиціями людства. Тобто традиція приділяти більше уваги оформленню флаконів, ніж власне парфумам, склалася ще в стародавні часи. «Наприклад, в «Пісні про Роланда» згадується про скриню, повну екзотичних парфумів зі сходу, причому вони названі просто солодкими, а набагато докладніше описуються «багатоколірні» флакони, закупорені сріблом і коштовними каменями, і краса керамічних судин з притираннями» [2].

У стародавньому Єгипті парфуми в основному зберігалися у вазах з алебастру, або в судинах для вина. Застосовувались також маленькі флакони з фаянсу, каменю або кераміки звичайно у формі тварин (рис. 1). Як свідчать дослідження археологів, вже за три тисячоліття до н.е. в Єгипті і Сирії люди користувалися судинами зі скла. Хоча тоді технологія виготовлення скляних флаконів не дозволяла їх робити з вузькими горличками, проте стародавні ремісники виготовляли флакони різноманітні за формою: круглі, плоскі, високі і тонкі, глеки з ручками, амфори, вази і судини, прикрашені різнокольоровими малюнками; при цьому форма судини залежала від характеру його вмісту, що давало людям можливість розрізняти товари за формою тари.



Рис.1. Флакон у вигляді лежачої міфічної істоти – єдинорога, виконаний з жадеїту.

Греки приписували ароматам божественне походження. До особистих предметів, які вважалися обов'язковими при похованні людини завжди був присутній флакон з пахощами. Судини сферичної форми дозволяли легко наносити парфуми безпосередньо на шкіру людини. Вони виготовлялися в Корінфі, так само як і вази з алебастру або глеки з однією ручкою, прикрашені античними малюнками. Починаючи з VI ст. до н.е., флакони, виготовлені в Родосі, ставали все більш оригінальними: у вигляді різних божеств, тварин, сирен, і навіть ступнів, озутих у сандалі.

Парфуми у Стародавньому Римі мали цілющі властивості і продавці ароматизованих продуктів часто тісно стикалися з медициною. Саме римляни першими стали використовувати для парфумерії в основному скляні судини (флакони для бальзамів, ампули для парфумів), хоча техніка видування скла була винайдена раніше, у фінікійському місті Сідоні ще в I ст. до н.е. [2]. Головним на той час для виробництва скляних флаконів вважалось не вдосконалення технології виготовлення, а підвищення якості та поліпшення зовнішнього вигляду.

Період середньовіччя був не найсприятливішим часом для розвитку виробництва парфумів і флаконів для них, бо в ті часи секрет виробництва скляного посуду в Європі був втрачений і зберігся лише на Близькому Сході, зокрема в тому ж Сідоні. Повернення скляного виробництва до Європи відбулося після перших Хрестових походів, коли паломники поверталися додому з флаконами парфумів – вельми цінним товаром, який до того ж був зручний в транспортуванні. Таким чином, Хрестові походи допомогли зародженню європейської скляної промисловості. Основоположниками середньовічного європейського складувного мистецтва прийнято вважати майстрів Венеції кінця XIII століття. Імениті і безвісні венеціанські складуви створювали шедеври, якими захоплюються багато поколінь людей. Якщо техніка створення вітражів була відома у всій Європі, то виготовлення посуду з кольорового скла було венеціанською монополією і венеціанці справно оберігали статус свого міста як «Скляної лагуни». Венеціанське скляне виробництво розміщувалося на острові Мурано. Довгий час видатні майстри не могли навіть покинути свого притулку. Проте масовий відтік майстрів з острова став можливий тільки наприкінці епохи Ренесансу, коли велика кількість складувів перебралася на континент і почала обслуговувати європейські королівські двори. У XVIII-XIX століттях майстерність венеціанських складувів поєдналася з французькою витонченістю і англійським прагматизмом, що поклало початок створенню сучасної скляної упаковки для парфумерії.

Більшість парфумерних флаконів епохи Відродження було зроблено настільки майстерно і вишукано, що вони могли б порівнятися у витонченості з ювелірними виробами. Вважалось, що вони містять прикраси для тіла і тому в чомусь схожі на коштовності. Максимальне

злиття косметичної тари і коштовностей відбулося у Франції в XIX столітті з появою намист з перлів, наповнених парфумами. Існує безліч маленьких флаконів з прозорого, забарвленого або матового скла. Чорнене срібло пізнає відвертий успіх, так само як і мідь, срібло, золото з емаллю або тверде каміння. Період бароко стає свідком появи скриньок для парфумів і флаконів у вигляді екзотичних фігурок.

Початок промислового виробництва парфумерії загострив конкуренцію. Саме з цієї миті на перший план висувається питання про художньо оформлену упаковку. Видатні ювеліри та виробники скляних флаконів у Франції – Рене Лалік і Пуаре у 1911 році стали законодавцями нового стандарту флаконів для парфумів. Їх вироби були справжніми витворами мистецтва, за стилем вони відповідали напряму Ар-нуво і пізніше Ар-деко. Часто їх флакони створювалися як химерні скульптури, і це не дивно, з двадцятирічного віку Лалік мав скульптурну практику, виконуючи замовлення ювелірних фірм Картье, Ф. Бушерона і Вевер [6]. Він багато експериментував з емаллями і склом. Блискучий стиліст, Лалік вражав витонченістю рослинних і зооморфних мотивів, ця ювелірна тенденція з його легкої руки природним чином розповсюдилася і на виготовлення флаконів. Одним з перших майстрів Ар-деко Лалік наважився використовувати поєднання дорогоцінних матеріалів з простим склом і кольоровими емаллями. Він використовував японські мотиви, його художні манери наслідували багато французьких художників (рис. 2).

Хоча становлення російської парфумерії було пов'язано з вихідцями з європейських країн, що мали багатий досвід і традиції, парфумерне виробництво, перенесене до Росії, придбало абсолютно особливий національний колорит і самобутність. Великий внесок у вітчизняну парфумерію внесли іноземці, що пов'язали свою долю з Росією: Генріх Брокер, Альфонс Ралле, Адольф Сіу та інші. В XIX-XX ст. в Росії для багатих людей робилися індивідуальні парфумерні флакони з кристалю, фарфору, із золотими і срібними пробками і коштовними каменями та вишукано зробленими розписами. (рис. 3).

Наприкінці XIX – початку XX ст. в Росії створювалися високохудожні предмети парфумерії, в їх розробках брали участь ведучі ювелірні фірми: Карла Фаберже, Ореста Курлюкова, Якова Мішкова, майстри Михайло Перхін і Генріх Вігстрем, що працював на фірму Фаберже, відомі як автори прекрасних флаконів для парфумів із золота і срібла, що зараз зберігаються в Ермітажі. Часто кристаль обрамляли в бронзу. На флаконах з дорогоцінних металів обов'язково можна побачити прізвище або ініціали майстра [6]. На початку XIX століття в Росії були в моді подарункові коробки для парфумерії. Звичайно такі коробки виготовлялися з картону або дерева і обтягувалися шовком або оксамитом.

На початку XX ст. в Росії виробництвом «парфумерного посуду» займалися 15 скляних заводів. Найвідомішими були заводи І. Рітінга,



Рис. 2. Флакони для парфумів з клеймом «Lalique», початок XX ст.



Рис. 3. Флакон з синього фарфору, де контрастно виділяється квітковий розпис в обрамлених золотом резервах, а на гранях розташовані рельєфні овальні елементи, які імітують коштовні камені. Фарфорова пробка прикрашена зображенням квітки.

Росія, XIX ст.



С. Глинського і братів Грибкових. Вся парфумерна індустрія дореволюційної Росії була зосереджена в руках десяти фабрикантів, небезуспішно конкуруючих із західноєвропейськими виробниками парфумерії. Художнє оздоблення парфумерних флаконів слідувало за характером розвитку мистецтва того часу. Стиль модерну, що широко охопив багато галузей мистецтва, відобразився і на оформленні флаконів. Яскравим прикладом російського модерну може вважати продукцію скляного заводу братів Грибкових. Завод випускав в основному парфумерні флакони для відомих московських парфумерних фірм.

Час показав, що знищення попередньої культури в ім'я створення нової пролетарської культури у радянські часи негативно позначилося на розвитку оформлення та дизайну парфумерних флаконів, що привело до появи примітивних шаблонів, а іноді й абсурдних рішень. При виробництві флаконів для більш дешевої парфумерії, розрахованої на споживача середнього класу, продукція в більшості випадків розливалася в стандартні флакони. Виготовляються такі флакони з недорогого, не найвищої якості скла; те ж саме стосується і картону. При розробці упаковки матеріали підбираються так, щоб флакон за вартістю не перевищував сам парфум. Тому фірми, що займаються виробництвом парфумерії даного класу, не затрудняють себе ретельною розробкою дизайну флаконів, бо це вимагає крупних капіталовкладень і певних витрат.

На жаль, на сьогоднішній день вітчизняні парфумерні компанії не займаються розробкою ексклюзивного парфумерного посуду, а замовляють вже готові флакони за кордоном, наприклад у Франції (рис. 5). А виготовлення власних ексклюзивних флаконів мало б велику популярність, адже тоді флакон став би не просто посудом, а річчю, яка несе в собі приховане значення та історію.

Висновки. Історія показує, що еволюція парфумерних флаконів починається з стародавніх часів, коли парфумам надавали великого значення і використовували у магічних ритуалах та релігійних обрядах, а також приписували цілющі властивості. Розвиток парфумерії дав поштовх розвитку виробництва парфумерної тари, адже нарядний аромат вимагав і нарядного флакона. Скляні парфумерні флакони епохи Ренесансу є тією ланкою, що пов'язує упаковку античного світу і сучасності. Отже, історія розвивається по спіралі: виготовлення парфумів і флаконів в Європі XVII-XVIII століттях було придворним мистецтвом, саме так, як і тисячоліття тому в Єгипті. У ті часи флакони для парфумів переважно були виготовлені із дорогоцінних матеріалів: золота або срібла, кришталю або різьбленого скла, прикрашеного емаллю, коштовними каменями, де поєднувалися витонченість і високий смак. Так було до тих пір, поки не почалося масове виробництво флаконів для парфумів. Проте, сьогодні спостерігається повернення до досвіду минулих років у галузі парфумерної упаковки. Безумовно, зараз виробники



Рис. 4. Парфумерні флакони скляного заводу братів Грибкових, Росія поч. XX ст.



Рис. 5. Флакони з матового скла із декоруванням дорогоцінними металами та каменями, Франція, XXI ст.

удосконалюють такі характеристики упаковки, як функціональність, ергономіка, зручність, економічність та ін. Також очевидно, що надалі індивідуальність упаковки і її естетика збережуть своє значення, особливо в тому, що стосується декорування. Адже сучасний покупець не віддає переваги дизайну або функціональності пакування – він хоче всього і відразу. Тенденція полягає саме в необхідності використання для косметичних товарів функціональних прогресивних видів упаковки, які при цьому володітимуть високим рівнем декорування і, поза сумнівом, якісним вмістом.

Література:

1. Емельянова И. Упаковываем парфюмерию / И. Емельянова // Тара и упаковка. – 2005. – №4. – С. 40-43.
2. Ермакова Д. У истоков бутылок и коробок / Д. Ермакова // Мир этикетки. – 2002. – № 8. – Режим доступа: <http://www.labelworld.ru>.
3. Казначеева М. Упаковка для парфюмерии: тонкости декорации / М. Казначеева // Тара и упаковка. – 2005. – №4. – С. 44-45.
4. Салимова Н. Как одевается красота / Н. Салимова // PakkoGraff. – 2006. – №2. – Режим доступа: <http://www.pakkograff.ru>.
5. Сердобинская Т.А. Одежда для упаковки / Т.А. Сердобинская // Тара и упаковка. – 2005. – № 4. – С. 116.
6. Скворцова А. Символика на русских парфюмерных флаконах / А. Скворцова // Альманах. – 2005 – № 2. – Режим доступа: <http://www.simvolika.org>.
7. Слемзина В. Искусство упаковки – тема диссертации / В. Слемзина // Тара и упаковка – 2006. – №1. – С. 74-75.

Надійшла до редакції 05.04.2007