

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА МИСТЕЦТВОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

на тему

РАРИТЕТНІ КАНЦЕЛЯРСЬКІ ТОВАРИ ФІРМИ «МОНБЛАН» 1992-2021 рр. (дослідження, експертиза, атрибуція)

Виконала:

студентка ІІ курсу магістратури
спеціальності 023 «Образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво, реставрація»,
Швачко Тетяна Анатоліївна

Науковий керівник

кандидат мистецтвознавства, доцент
Ревенок Наталія Миколаївна

Рецензент:

кандидат мистецтвознавства, доцент
Тимченко Тетяна Ростиславівна

Допустити до захисту:

Протокол засідання кафедри № від листопада 2021 р.

Завідувач кафедри мистецтвознавчої експертизи
професор Федорук О. К.

Київ-2021

АНОТАЦІЯ

Швачко Т. А. Раритетні канцелярські товари фірми «Монблан» 1992-2021 рр. (дослідження, експертиза, атрибуція) – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Робота на здобуття наукового ступеня магістра за спеціальністю 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація». – Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв. – Київ, 2021.

Дослідження магістерської роботи присвячено вивченню діяльності німецької фірми «Монблан», а саме створенню раритетних канцелярських товарів фірми.

У роботі розглянуті та розкриті основні критерії сучасної експертизи, найновітніші технологічні прийоми та методи, що застосовуються у вивченні антикварних канцелярських товарів з ювелірним оздобленням. Простежено принципи мистецтвознавчих досліджень, атрибуції та практичних методів наукової експертизи на прикладі коштовної пір'яної ручки з приватної колекції.

В результаті вивчення історіографії та джерельної бази були намічені шляхи проведення досліджень художньо-ювелірних канцелярських виробів, визначені основні положення сучасного наукового підходу проведення мистецтвознавчої експертизи та техніко-технологічних опрацювань.

Встановлено, що методика проведення мистецтвознавчої експертизи, атрибуції, техніко-технологічних досліджень коштовних канцелярських виробів з ювелірним оздобленням базується на комплексному опрацюванні, що включає атрибуцію, оптико-фізичні, хімічні та інші методи, що дає підстави визначити автентичність пам'ятки, її історичне, культурне та мистецьке значення.

Ключові слова: канцелярські товари, фірма «Монблан», ювелірне мистецтво, експертиза, атрибуція, антикваріат.

SUMMARY

Shvachko T. A. Rare stationery company «Montblanc» 1992-2021 (research, examination, attribution) – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript. Work to obtain a master's degree in specialty 023 «Fine Arts, Decorative Arts, Restoration». – National Academy of Management of Culture and Arts. – Kyiv, 2021.

The research of the master's thesis is devoted to the study of the activity of the German company «Montblanc», namely the creation of rare stationery of the company.

The paper considers and reveals the main criteria of modern expertise, the latest technological techniques and methods used in the study of antique stationery with jewellery. The principles of art research, attribution and practical methods of scientific examination are traced on the example of a valuable fountain pen from a private collection.

As a result of studying the historiography and the source base, the ways of conducting research of artistic and jewellery stationery were outlined, the main provisions of the modern scientific approach to conducting art examination and technical and technological developments were determined.

It is established that the method of conducting art examination, attribution, technical and technological research of valuable stationery with jewellery is based on a comprehensive treatment, including attribution, optical-physical, chemical and other methods, which gives grounds to determine the authenticity of the monument, its cultural and artistic significance.

Keywords: stationery, Montblanc company, jewellery art, examination, attribution, antiques.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КАНЦЕЛЯРСЬКИХ ВИРОБІВ ФІРМИ «МОНБЛАН»	11
1.1. Історіографія та джерельна база.....	11
1.2. Теоретико-методологічні основи дослідження.....	19
Висновки до першого розділу.....	23
РОЗДІЛ 2. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ФІРМИ «МОНБЛАН»	24
2.1. Історія походження канцелярських товарів та їх класифікація.....	24
2.2. Становлення та розвиток європейських фабрик з виготовлення вишуканого канцелярського приладдя	40
2.3. Створення фірми «Монблан»	51
Висновки до другого розділу.....	64
РОЗДІЛ 3. ЕКСПЕРТИЗА ТА АТРИБУЦІЯ РАРИТЕТНИХ КАНЦЕЛЯРСЬКИХ ТОВАРІВ ФІРМИ «МОНБЛАН» З ПРИВАТНОЇ КОЛЕКЦІЇ	66
3.1. Особливості техніко-технологічної експертизи виробів з дорогоцінним оздобленням	66
3.2. Визначення оціночної вартості вишуканих канцелярських виробів в умовах сучасного антикварного ринку.....	74
3.3. Експертиза та атрибуція раритетної канцелярської ручки фірми «Монблан»	81
Висновки до третього розділу.....	85
ВИСНОВКИ	
ЛІТЕРАТУРА	
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження. Розквіт економіки кінця ХХ – початку ХХІ століття вносив свої корективи у товари повсякденного побуту. Цей час відзначається великою кількістю міжнародних контактів мистецької еліти, в результаті яких відбулась певна космополітизація мистецтва, стирання національних рис, зріст цін на дорогоцінні метали та каміння зробив витвори ювелірного мистецтва не лише приємною покупкою, а й вигідною інвестицією.

Твори мистецтва, виконані наприкінці ХІХ – початку ХХ століття вже тривалий час привертають увагу європейських колекціонерів. Велику увагу при цьому вони приділяють не тільки живопису, скульптурі, архітектурі, але й декоративно-прикладного мистецтву. Виявляють основні закономірності розвитку стильових напрямків цього часу, проводять монографічні дослідження творчості окремих представників різних видів мистецтва, розробляють термінологічну систему. Варто підкреслити, що європейськими мистецтвознавцями ювелірне мистецтво розглядається як одне з стилеутворюючих видів мистецтва, тому результатам його вивчення присвячено безліч публікацій (про стилеутворююче значення ювелірного мистецтва йдеться, наприклад, в роботі Вів'єн Беккер) [98].

Ринок преміальних пишучих інструментів ХХ – початку ХХІ століття довгий час не привертав увагу істориків світового мистецтва, незважаючи на глибокий інтерес до культури цього періоду, пов'язаного з напруженими пошуками нової стилістичної мови.

Однак, твори золото-срібних підприємств вважалися віддаленими від основної течії художнього процесу, і тому їм відмовляли в естетичній цінності. Ситуація почала змінюватися лише у 1952 році, коли фірма «Монблан» створила свою легендарну пір'яну ручку Meisterstucks, що стало початком тріумфального шляху пишучих приладів у всьому світі.

1924 рік вважається особливою віхою в історії писемної культури. У цьому році на світ з'явилася легендарна колекція Montblanc Meisterstück, яка подарувала світу один з найзнаменитіших інструментів що пишуть. До цього дня колекція Meisterstück втілює філософію марки, головними принципами якої є збереження і примноження традицій майстерності компанії.

Знаковим для фірми «Монблан» став 1992 рік, коли під егідою фірми «Монблан» було створено премію «Покровителі культури і мистецтв», якою стали нагороджувати видатних митців та покровителів мистецтва, людей, без яких неможливе було існування цілого пласту світової та європейської культури. Завдяки преміям Montblanc «Покровителі культури і мистецтва», що присуджується за видатні заслуги знаменитим меценатам, на світ з'являються ручки Lorenzo de Medici лімітованої серії «Покровитель мистецтв» і Hemingway серії «Письменники», що стали першими екземплярами щорічних серій, за якими полюють колекціонери всього світу. Поряд з цим відбувається і розширення асортименту Meisterstück .

У світовому мистецтвознавстві довгий час вся увага дослідників була прикута до творчості живописців. Пізніше з'являється ряд фахівців, які зосередилися на вивченні скульптури зазначеного періоду. Однак, прикладне мистецтво як і раніше розглядалася виключно як другорядне явище, значення його як джерела для аналізу художнього процесу стало визнаватися тільки з середини 1970-х років ХХ століття. Ще менша увага приділялася дослідженням ювелірних виробів, зокрема пишучих інструментів ХХ – початку ХХІ століття.

Мистецтво ювелірів фірми «Монблан» ХХ – початку ХХІ століття представлено у наукових та популярних статтях зарубіжних журналів (Pen world, Forbes та інших). Загалом, тематика потенційних досліджень стає практично невичерпною.

Таким чином, до теперішнього часу вивчення цього виду декоративно-прикладного мистецтва знаходиться на стадії накопичення матеріалу з

творчості окремих майстрів та фабрик, при майже повній відсутності робіт, покликаних систематизувати інформацію про його стилістичну еволюцію.

Існуючі на сьогодні дослідження творчості окремих персоналій не дають уявлення про загальні закономірності стильової еволюції даного виду мистецтва, що не дозволяє судити про їх значення для світової культури.

Фрагментарне вивчення ряду американських та світових мануфактур звузило уявлення про ювелірне мистецтво виготовлення пір'яних ручок, що створило «феномен Montblanc» – ситуацію, коли діяльність всіх його сучасників і конкурентів розглядається через призму його першорядності та унікальності.

Актуальність теми визначається також необхідністю більш глибокого вивчення, висвітлення та акцентування важливості дослідження та систематизування існуючого положення та побудови на їх основі нової схеми розвитку світового ювелірного мистецтва, підтвердженого аналізом конкретних фабрик та творів. Крім того, доречним є виявлення авторських методик виготовлення та оздоблення дорогоцінних пір'яних ручок, ювелірними митцями фірми «Монблан».

Метою роботи є висвітлення раритетних канцелярських товарів фірми «Монблан» 1992-2021 рр., особливостей виготовлення та оздоблення дорогоцінними металами та камінням.

Для досягнення поставленої мети необхідно було вирішити такі конкретні **завдання**:

- дослідити історіографію та стан розробленості обраної тематики;
- узагальнити та структурувати матеріал, накопичений у вітчизняному та зарубіжному мистецтвознавстві з питання формування й розвитку елітних канцелярських виробів зазначеного періоду;
- виявити етапи виготовлення та методи роботи майстрів фірми «Монблан», які займаються виготовленням пір'яних ручок з дорогоцінних металів та коштовним оздобленням;

– простежити творчу еволюцію оригінальних ручок фірми «Монблан» 1992-2021 рр.;

– провести атрибуцію та експертне дослідження автентичної ручки фірми «Монблан» з приватної колекції.

Об'єктом дослідження є формування та розвиток раритетних коштовних канцелярських виробів фірми «Монблан» 1992-2021 рр.

Предмет дослідження – виробы раритетних канцелярських товарів фірми «Монблан» зазначеного періоду їх дослідження та експертиза.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період 1992-2021 років, як період інтенсивних соціокультурних змін та художніх смаків, які вплинули на формування ювелірного та декоративно-прикладного мистецтва.

Методологія дослідження. Методологічною основою дослідження стали принципи історизму, наукової достовірності та всебічності, мистецтвознавчі підходи та загальнонаукові методи – теоретичні, емпіричні та спеціальні, конкретно-наукові методи, а саме:

– *аксіологічний (ціннісний) метод* для виявлення міжпредметних зв'язків у мистецтвознавчих дослідженнях;

– *метод теоретичних узагальнень* для опису здійснених досліджень і формулювання зроблених висновків;

– *історичний метод* для визначення стильових особливостей коштовних канцелярських виробів кінця XIX – початку XX ст.;

– *історико-порівняльний (компаративний) метод* для зіставлення досліджуваних ювелірних письмових виробів з музейними аналогами;

– *техніко-технологічні, експериментальні та спеціальні методи* для дослідження виробів зі срібла, золота та дорогоцінного каміння умовах сучасних лабораторій;

– *метод мистецтвознавчого аналізу* для опрацювання мистецтвознавчої, історичної, наукової літератури з дослідження коштовних канцелярських виробів фірми «Монблан», а також аналізу стилістики виробів з дорогоцінного металу та каміння;

– іконографічно-іконологічний метод для вивчення зображень, декору, символіки, орнаментики коштовних канцелярських виробів фірми «Монблан» досліджуваного періоду.

Теоретичну основу досліджень становлять:

– історичні та мистецтвознавчі статті вітчизняних, російських та зарубіжних авторів, які висвітлювали проблеми ювелірного мистецтва кінця ХХ – початку ХХІ століття, публіцистичні статті, каталоги фірми «Монблан», інтернет-джерела;

– розвідки фахівців з питань мистецтвознавчої експертизи (А. Бартош, З. Бернякович, К. Новікова, І. Міщенко, І. Солодовніков);

– дослідження українських та зарубіжних спеціалістів з проблем техніко-технологічного дослідження й оцінки творів мистецтва (Т. Артюх, В. Індутний, М. Назимок, М. Тамойкін);

– публікації, що висвітлювали проблеми атрибуції ювелірних виробів (Т. Ралдугіна, М. Постникова-Лосева, Н. Сапфірова, Н. Троєпольська).

Джерельну (речову) основу дослідження складають зразки раритетних канцелярських виробів кінця ХІХ – початку ХХ століття, виготовлених фірмою «Монблан», що знаходяться в експозиціях вітчизняних та зарубіжних музеях та приватних колекціях.

Наукова новизна отриманих результатів введена в наступних позиціях.

Уперше:

– теоретично узагальнено інформацію з мистецтвознавчих досліджень раритетних канцелярських виробів 1992-2021 рр. з першоджерелами та практичним проведенням експертизи та атрибуції коштовних витворів;

– проведено дослідження та здійснено порівняльний аналіз принципів та практичних методів визначення оціночної вартості в умовах сучасності;

– розроблено рекомендації, які дозволяють проводити експертизу та атрибуцію коштовних канцелярських виробів з ювелірним оздобленням 1992-2021 рр. відповідно до умов світового антикварного ринку.

Набуло подальшого розвитку:

– висвітлення прийомів проведення техніко-технологічної експертизи коштовних канцелярських виробів на сучасних приладах з метою їх ідентифікації;

– встановлення культурної значимості коштовних канцелярських виробів фірми «Монблан» як історичних джерел;

Уточнено:

– асортимент та стилістику раритетних канцелярських виробів фірми «Монблан» 1992-2021 років;

Поглиблено:

– взаємозв'язок методів експертних досліджень з різними галузями наук (історії, музеєзнавства, етики, естетики, фізики, хімії та іншими), які спрямовані на вирішення важливих соціокультурних завдань.

Теоретичне та практичне значення полягає у тому, що отримані дані можуть бути використані для роботи в галузі культури, мистецтвознавства, експертизи та оцінки коштовних канцелярських виробів з фірми «Монблан» 1992-2021 рр. з можливістю застосування одержаних результатів і висновків для проведення атрибуції та експертизи цінних канцтоварів, а також для підготовки навчальних і довідково-інформаційних видань з мистецтвознавства, для колекціонерів, при розробці навчально-методичного забезпечення освітнього процесу для закладів культури тощо.

Апробація результатів дослідження основні положення магістерської роботи оприлюднені на науково-практичній конференції «Наукова атрибуція творів мистецтва, експертиза та оцінка культурних цінностей» яка проходила в НАККІМ у науковій статті Швачко Т.А. «Канцелярські товари фірми Montblanc» Київ, 2021 р.

Структура магістерської роботи складається з анотації (українською та англійською мовами), переліку умовних скорочень, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (67 позицій), додатків, фотографії з асортиментом фірми «Монблан» 1992-2021 рр. (42 позиції).

Основний текст магістерської роботи без довідкового апарату становить 91 с., загальний обсяг роботи – 111 с.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КАНЦЕЛЯРСЬКИХ ВИРОБІВ ФІРМИ «МОНБЛАН»

1.1. Історіографія та джерельна база

В ході поглибленого вивчення теми було досліджено, що перша згадка про бренд Montblanc з'явилася у 1906 році. Як пише автор, А. Ленський у статті «Сучасні шедеври фірми Montblanc»: «...пара товаришів Клаус Йоханнес Восс і Альфред Нееміас вирішили зайнятися виготовленням ручок. Фабрика розміщувалася в Берліні і спеціалізувалася виключно на ручній роботі. Популярність до підприємців прийшла з виготовлення ручки, прикрашеної ковпачком білого кольору. Згодом, він був змінений на аналогічного кольору зірку, яка нагадувала посипані сьнягом вершини Альп.

У науковій літературі ювелірні прикраси неодноразово виступали як об'єкт дослідження, входячи до сфери інтересів фахівців цілої низки галузей знання – етнографів, культурологів, технологів ювелірних виробництв, маркетингологів.

У більшості джерел з історії канцелярських товарів їх ювелірне оздоблення розглядається окремо, наприкінці опису того чи іншого історичного періоду. Але, цей підхід не дає чіткого уявлення про композиційні, структурні взаємозв'язки всередині системи «письмові прилади».

Слід зазначити, що у роботах дослідників європейських країн, висвітлюються загальні питання історії та культури [12], а оздоблення письмових приладів виступає як цілісне та єдине відображення культурного середовища.

Літературні джерела, присвячені проблемам ювелірного оздоблення письмових приладів, можна поділити на три групи.

Першу складають роботи, присвячені історії декоративно-ужиткового мистецтва та історії розвитку ювелірного мистецтва. У першій групі головними є: Анрі де Моран [32], В. Корсунь [26], П. Уткіна [57], М. Постнікова-Лосєва, Н. Платонова, Б. Ульянова [40-44].

Книга Анрі де Морана «Історія декоративно-ужиткового мистецтва» [32] являє собою поєднання короткої історії світового декоративно-прикладного мистецтва, починаючи з найдавніших часів до наших днів, побудованої за окремими етапами його розвитку та видами, і великого довідково-бібліографічного апарату. Спеціальний розділ присвячено дизайну (автор Г. Гассіо-Талабо).

Мистецтвознавець П. Уткін у книзі «Російські ювелірні прикраси» [57] розповідає про російське ювелірне мистецтво, зупиняючись на найважливіших етапах його розвитку. Цікаво представлено опис ювелірних прикрас та вплив сучасної моди на розвиток ювелірної справи. Книга ілюстрована фотографіями ювелірних прикрас, що зберігаються в державних художніх музеях.

Книга «Золота та срібна справа XV-XX ст.», написана ведучими мистецтвознавцями М. Постніковою-Лосєвою, Н. Платоною, Б. Ульяною [40-44], підбиває підсумок їх багаторічного вивчення ювелірного мистецтва. В основній частині видання дається огляд історичного розвитку ювелірних технік, найбільших центрів ремесла, організація ювелірної справи.

Друга група наукових праць носить дослідно-енциклопедичний характер. Предметом дослідження у цих виданнях є ювелірні вироби у рамках існуючих художніх стилів. Праці зарубіжних мистецтвознавців (М.

Постнікової - Лосєвої [44], І. Перфільєва [16], Г. Габріель, І. Шаталової [61], Є. Плеханової [39] та інших) поповнюють теоретичний фонд історії ювелірного мистецтва.

Так, І. Шаталова у своїй роботі «Стилі ювелірних прикрас» [61] розповідає про історичні художні стилі, починаючи з російського середньовіччя та бароко, характеризуючи основні напрямки мистецтва ХХ століття, що дозволяє отримати уявлення про їх вплив на розвиток ювелірного мистецтва. У другій частині книги міститься короткий огляд стильових напрямів у сучасному ювелірному мистецтві та представлено понад сто ювелірних прикрас, створених вітчизняними підприємствами.

Третя група літературних джерел присвячена ролі ювелірних виробів у системі «письмові прилади».

З літературних джерел з ювелірного мистецтва необхідно виділити ілюстрований типологічний словник Р. Ванюшевої та Б. Ванюшева [13], в якому ретроспективна та сучасна термінологія прикрас представлена в контексті опису особливостей прикрас різних історичних періодів.

Огляд ювелірного мистецтва кінця XVIII – ХХ ст. у соціокультурному контексті представлено в ілюстрованому довіднику «Ювелірне мистецтво» Девіда Беннета та Данієли Маскетті [11].

Комплексний підхід до висвітлення питання ролі прикрас в оздобленні письмових приладів використовується Г. Медведєвою, Н. Платоною та іншими у роботі «Російські ювелірні прикраси XVI – ХХ століть. Зі збірки Державного Історичного музею» [7].

Багатий ілюстративний матеріал представлений у роботах «Історія костюма з XVIII до ХХ століття. Колекція Інституту Кіото» та «Європейська мода. Три століття» [15], що дозволяє простежити взаємозумовленість розвитку форм та функцій прикрас костюму, що надало змогу провести їх порівняльний аналіз з ювелірним оздобленням письмових приладів протягом трьох століть.

Аналіз літературних джерел, присвячених взаємозв'язку ювелірних виробів з оздобленням письмових приладів показав недостатню вивченість даної теми. Існуючі матеріали обмежуються відомостями лише історичного та етнографічного характеру. Виявлений дефіцит інформації висуває необхідність створення наукового дослідження для виявлення ролі ювелірних виробів у створенні сучасного бренду письмових приладів з ювелірним оздобленням.

Для цього потрібно розглянути такі завдання та питання. Першим завданням є вивчення загальних понять з цієї теми та розгляд конкретних класифікацій асортименту, як головний спосіб проведення класифікації становить друге завдання. Для виконання наступного завдання слід вивчити характеристику асортименту, що використовується у класифікаторах.

Так, основну розробку дана тема отримала, насамперед у публікації В. Кособокова, в якій є розділ, присвячений питанню класифікації асортименту ювелірних виробів та оздоблень [5, с. 28-34].

Також питання канцелярського приладдя у своїх роботах торкаються й інші автори. Про це свідчать праці французького дослідника Ж. Бодрийяра та Дж Бойєтта [8].

Елітні канцтовари – це категорія товарів високої якості та оригінального дизайну. Такі канцтовари, як правило, оформлені в коштовну святкову або подарункову упаковку та відносяться до товарів підвищеного цінового ряду.

У науковій літературі є ряд досліджень, присвячених аналізу даної проблеми (Дж. Миллер, М. Кальницький., В. Сидоренко, В. Новиков, В. Павлов).

Слід також зазначити, що потужний ресурс модифікації системи людських цінностей мають засоби масової комунікації, величезні технологічні можливості яких успішно експлуатує шоу- і кіно-індустрія, маркетинг, виборчі технології, реклама, PR-практики. Ці нові агенти культурної політики зайняли у суспільній свідомості місце ідеології,

змінюючи за допомогою ефективних соціально-культурних технологій традиційні цінності та смисли людського буття, уявлення про нормативну соціальну поведінку. Внаслідок їхнього впливу починаючи з 1920-30-х років відбувається докорінна переорієнтація переваг різних груп населення, змінюються базисні цінності нових поколінь, що вступають у доросле життя. Ця ситуація фіксує принципово іншу картину в культурі, пов'язану з появою нових факторів культурної політики та класу інноваційних соціально-культурних технологій, що яскраво демонструють сьогодні онтологічні здібності творити нові стилі та смисли життя, що підтверджує випущена продукція канцелярського приладдя фірми «Монблан» зазначеного періоду.

Наслідки впливу цих технологій виявились неоднозначними. Використання інноваційних технологій розширює простір ризиків соціокультурного характеру, пов'язаних із руйнуванням та девальвацією базових культурних цінностей, формуванням залежних форм споживчої поведінки. Зокрема, сучасний маркетинг не просто інформує про товари та послуги, а й виробляє потреби людини, тобто творить людину в її нових ціннісних та поведінкових іпостасях. Таким чином, культивуючи цінність продукції фірми «Монблан», реклама та PR стали нав'язувати разом з тим стиль та спосіб життя, його пріоритети та естетичне ставлення до вишуканих канцелярських виробів. «Суспільство споживання» як метафора, була використана свого часу західними вченими для опису лише однієї з нових тенденцій розвитку суспільства та впливу на культуру споживчої психології, з метою максимізації прибутку та розширення збуту товарів. Вивченням даної проблеми займалися дослідники Б. Борисов у виданні «Технології реклами і PR» [10], Л. Брилева у публікації «Самореалізація особистості» [12], Н. Брюханова у статті «Брендінг: історія, сучасність та перспективи» [16].

Таким чином, комунікативно-інформаційні технології, з їхньою характерною маніпулятивною природою, що базуються на апеляції не до розуму, а до підсвідомості та людських інстинктів, стають фундаментальним

фактором глобального процесу соціально-культурних змін. Здійснюючи значний вплив на соціальне і духовне життя сучасної людини і суспільства, дані технології та практики проникають у всі сфери людської діяльності, формуючи новий тип культури, перетворюючи практично всі стилі життя і форми взаємодії людей, що історично склалися, змінюючи «людський код» європейської культури. Сьогоднішні соціально-комунікативні практики ґрунтовно похитнули образ людини, яка підтримувала духовний «каркас» європейської культури протягом багатьох століть. Натомість онтологічну функцію «перетворення людини» виконують інші культурно-символічні феномени та сутності, що активно використовуються в системі соціальних комунікацій.

Базовим ресурсом модифікації людського типу у системі соціально-культурних комунікацій виступає бренд – цілеспрямовано створений віртуально-інформаційний об'єкт, що фіксує сутнісні ознаки та властивості суб'єкта комунікації (фірми, особистості, раритетні предмети). Бренд містить значний культурно-символічний зміст, що виражається в підтексті та контексті смислів, і у зв'язку з цим стає величезним нематеріальним активом його носія. У комунікативному просторі бренд існує як певна символічна єдність, що формує конвенційне поле суб'єкта комунікації та середовища його існування. Онтологічний потенціал бренду визначиться його здатністю не тільки відображати ресурси та переваги їх носія, що позиціонують, а й творити «віртуальні» світи, змінюючи ціннісно-нормативну основу стилів життя. Ресурси впливу бренду на особистість значні: виконуючи важливі соціально-культурні функції, бренд є способом позиціонування та індивідуалізації стилю життя споживача, засобом ідентичності та соціальної стратифікації. Володіння товаром та звернення до певної фірми стає способом маніфестації приналежності людини до референтної та соціально значущої групи.

В останні роки з'явилася велика кількість робіт, присвячених брендовій продукції різних підприємств, зокрема і фірми «Монблан». Це насамперед

переклади праць представників західної піарології (С. Блек, Ф. Буарі, Г. Брум), що стали класичними, а також дослідження вітчизняних учених і піарменів-практиків (Я. Альошина, А. Василенко, О. Векслер), що адаптують досягнення американської та європейської науки до нашої PR-дійсності та підсумовують досвід сучасного ринку PR (А. Кривоносов, М. Шишкіна, І. Яковлєв та ін.). Однак і в цій групі досліджень феномен бренду не розглядається у його соціально-культурній іпостасі, а масив текстів не складається у єдину систему брендингу.

Окремі лінії та аспекти аналізу бренду фірми «Монблан» опрацьовано у дослідженнях К. Архангельської, Д. Євстаф'єва, І. Крилова, Л. Вінсента, Ж. Ламбена, Ф. Котлера, Н. Кляйн та іншими. Теоретиками бренд-менеджменту, що досліджують ідеологічні аспекти бренду, є такі західні дослідники як Д. Аакер, М. Марк, К. Тірсон, П. Темпорал, Е. Райє, Я. Еллвуд. Соціологічний аналіз бренду як культурного феномену здійснено у дисертаційному дослідженні Н. Костильової.

Наведений перелік робіт свідчить про зростання інтересу до феномену бренду фірми «Монблан», який має дуже спеціальний характер і пов'язаний або з вирішенням інструментальних завдань маркетингової групи, або з вивченням бренду в рамках соціологічної логіки та методології наукового пізнання. При цьому культурологічне осмислення бренду фірми поки що залишається поза увагою фахівців. Зазначені дослідження разом складають солідну теоретичну базу, що дозволяє системно вивчити культурно-символічну природу цього бренду, його креативно-онтологічні можливості, обґрунтувати ефективні практики, що підвищують результативність брендингу.

Попереднє вивчення проблеми дозволило сформулювати гіпотезу дослідження, яка представляє сукупність наступних припущень: брендова продукція фірми «Монблан» є цілеспрямовано створеним мистецьким та культурно-символічним об'єктом, що функціонує в системі масових комунікацій. Креативні можливості бренду обумовлені його здатністю

інтегрувати універсальні культурні практики та онтологічні ресурси створених образно-символічних декорувань, за допомогою яких культурна система відтворює і зберігає свою духовну сутність у її антропологічній перспективі. Крім того, пізнання, розуміння та реалізація сутності бренду дозволить підвищити мистецьку цінність раритетних канцелярських виробів фірми «Монблан».

Багато досліджень було присвячено питанню пошуку перових ручок у постійних експозиціях музеїв світу. Так, наприклад у Нью-Йоркському музеї Metropolitan, три роки в експозиції знаходилася пір'яова ручка із серії «Покровителі мистецтв» призначена Генрі Стенвею, підприємцю та виробнику всесвітньо відомих музичних інструментів, фортеп'яно та роялів, творець відомої фірми «Steinway & Sons». Також у Нью-Йоркському музеї MOMA (Нью-Йоркський Музей Сучасного Мистецтва) у постійній експозиції знаходиться Meisterstück 149 Piston fountain pen з білою зіркою «Монблан» на ковпачку золоченим вручну 18-каратним золотим пером з платиновими вставками; Перова ручка якою любив писати поет з серії Rouge-et-Noir у Музеї ім. А. А. Маяковського у Москві.

У зв'язку з розвитком теорії діяльності ювелірної фірми Monblanc відчувається необхідність у вивченні питань культурної цінності приватних колекцій, раритетних канцелярських товарів фірми Monblanc.

Джерельна база дослідження складають зразки раритетних канцелярських виробів кінця XIX – початку XX століття, виготовлених фірмою «Монблан», що знаходяться в експозиціях вітчизняних та зарубіжних музеях та приватних колекціях.

У ході збору матеріалу було опрацьовано каталоги [36; 65;] та вивчено колекції європейських музеїв 1992-2021 років, а саме: перші легендарні пір'яні ручки, кулькові та ролери, оригінальної та унікальної роботи годинники, ювелірні вироби, вироби зі шкіри (портфелі, органайзери, портмоне, візитниці, блокноти, ремені) та запонки.

Крім того, досліджувались раритетні ручки, оздоблені коштовним камінням з ювелірними вставками.

Не менш важливим джерелом для вивчення раритетних канцелярських товарів фірми «Монблан» 1992-2021 рр. стали приватні колекції Києва та, а також речі з антикварних магазинів і салонів України та інших держав, що є теж цінним джерелом додаткової інформації.

До матеріалів персонального дослідження увійшли експертні мистецтвознавчі висновки, висновки техніко-технологічних експертиз, музейні реставраційні паспорти, музейні акти прийому-передачі експонатів, протоколи реставраційних рад та інша документація.

Загальна інформація про експонати (техніку виконання, розміри, час і джерело надходження, сюжети зображених композицій) отримана з інвентарних книг, реєстраційних карток, реставраційних паспортів провідних українських та зарубіжних музеїв, а також із виданих каталогів фірми «Монблан» 1992-2021 рр.

Крім архівно-інвентаризаційних облікових даних, при вивченні проблеми дослідження важливим було використання публікацій з фотографіями творів із періодичних друкованих наукових видань.

У ході роботи додатково було проаналізовано вітчизняні та закордонні спеціальні видання з виробництва перших пір'яних ручок 1992-2021 рр., спеціальні довідники для колекціонерів антикварно-художніх предметів, каталоги тощо з ілюстраціями з метою дослідження артефактів.

Крім того, було опрацьовано джерела історичного й мистецтвознавчого профілю, інтернет-аукціонів, що містили лоти фірми «Монблан» з інформацією про антикварів і збут антикваріату з наведеним відеорядом, а також окремі праці з питань дослідження художніх пам'яток. Весь знайдений візуальний і натурний матеріал було розглянуто з точки зору мистецтвознавчої експертизи.

Крім того, було опрацьовано численні сторінки міжнародної комп'ютерної мережі Internet, де викладено найновішу інформацію пам'ятко-охоронної та реставраційної галузі, яка постійно оновлюється.

Отже, у результаті проведеного аналізу джерельної бази, у тому числі візуальних і натурних (речових) джерел, було виявлено першоджерела для мистецтвознавчої експертизи раритетних канцелярських приладів, що мають високу культуру виконання.

1.2. Теоретико-методологічні основи дослідження

Теоретико-методологічна основа магістерської роботи побудована на поєднанні прийомів комплексного підходу, направленою на визначення раритетності канцелярських виробів фірми «Монблан» 1992-2021 рр. В роботі були використані різні методи досліджень.

Методологічною основою дослідження став мистецтвознавчий, культурологічний та соціокультурний підхід, у якого бренд сприймається як модифікація культурного образу, предмет цілеспрямованої професійної діяльності, феномен комунікації. Аналіз соціально-культурних аспектів бренду фірми «Монблан» 1992-2021 рр. здійснювався відповідно до системного підходу, що дозволив інтегрувати дослідницький матеріал, накопичений у різних галузях мистецтвознавчого знання. Методологічні основи магістерської роботи будуються з урахуванням можливостей культурологічного та філософського дискурсу, з урахуванням якого здійснювалася інтерпретація функціональної складової і смислових змін бренду.

Так, для виявлення міжпредметних зв'язків застосовувались аксіологічний (ціннісний) та евристичний методи, що простежуються у цілому ряді публікацій [5, 6, 9, 43, 51]. Приміром, загальні методологічні питання під час проведення мистецтвознавчої експертизи та методів експертного оцінювання культурних цінностей представлені в працях таких

вузьких спеціалістів, як Т. Артюх [5; 6], В. Індутний [44], Т. Коломієць та ін. У виданнях та окремих публікаціях цих авторів даються визначення різних видів експертиз, розглядається методологія їх проведення, але ці питання стосуються більше товарознавства та призначені для фахівців торгової галузі.

Глибокий і всебічний розгляд різних аспектів теоретико-методологічних засад ідентифікаційної експертизи й експертизи автентичності міститься у монографії Т. Артюх «Товарознавча експертиза ювелірних коштовностей. Теорія та практика» (2005), де науково обґрунтовано основні теоретичні принципи товарознавчої ідентифікаційної експертизи ювелірних виробів, критерії їх оцінювання та моделі прогнозованої вартості.

Роботи зазначених вище авторів виявилися корисними в пошуках інформації щодо методологічних підходів ідентифікаційної експертизи, визначення загальних принципів дослідження питань мистецтвознавчої експертизи стосовно виробів фірми «Монблан» 1992-2021 рр.

Опис здійснених досліджень і формулювання остаточних висновків передбачав застосування методів теоретичних узагальнень, за допомогою яких було комплексно проаналізовано й узагальнено розвиток продукції фірми «Монблан» від часів її заснування та упродовж 1992-2021 рр.

У процесі визначення еволюції стильових особливостей виробів фірми «Монблан» використовувався історичний метод.

Для зіставлення досліджуваних автентичних творів фірми «Монблан» з іншими європейськими аналогами застосовувався історико-порівняльний (компаративний) метод дослідження, який сприяв системному аналізу мистецьких процесів. Такий підхід розроблено в працях В. Індутного, Б. Платонова та Т. Артюх. Історико-порівняльний метод дослідження обумовлений як темою роботи, так і специфікою поставлених завдань, що вимагали комплексного багатоаспектного підходу, який охоплював збір, класифікацію виробів фірми «Монблан».

З метою аргументованого та логічного викладу основних положень роботи, як частину мистецтвознавчого аналізу, було використано порівняльно-типологічний метод розгляду художньо-стильових і технологічних особливостей канцелярських товарів фірми «Монблан». Для цього були опрацьовані колекційні збірки, які стали еталоном для проведення порівняльного аналізу.

Важливою складовою наших наукових досліджень є експеримент як один з емпіричних методів. Експериментальні методи були застосовані для перевірки гіпотез дослідження й уточнення висновків.

Важливим підґрунтям у розвідці стало проведення досліджень з визначення технологічних прийомів виготовлення художніх виробів, що зумовило використання знань з галузі мистецтвознавства, культурології, а також окремих знань технології створення канцелярських товарів фірми «Монблан».

Метод мистецтвознавчого аналізу застосовуюся при виявленні стильових особливостей канцелярських товарів фірми «Монблан», при розгляді художніх прийомів, індивідуального стилю майстрів, особливостей типового оформлення тиражованих виробів, формотворення, декору, орнаментики.

Для виявлення окремих стилістичних ознак високохудожніх виробів було застосовано метод мистецтвознавчого аналізу та культурологічний метод, що дозволило виявити структурні особливості, розкрити зв'язки брендів фірми з сьогоdnішніми культурними потребами суспільства.

При вивченні зображень, декору, окремих сюжетів та образів художніх творів раритетних канцелярських товарів застосовувався іконографічно-іконологічний метод. Мистецтвознавча експертиза канцелярських товарів фірми «Монблан» здійснювалась шляхом комплексного аналізу розглянутих джерел, де містилася інформація з досліджуваної проблеми.

Так, деякі публікації безпосередньо висвітлювали методи проведення експертизи, але, переважно, творів живопису або ювелірного мистецтва.

Так, на основі аналізу візуальних та натурних (речових) джерел можемо стверджувати, що проблеми експертизи раритетних канцелярських товарів фірми «Монблан» у поєднанні з мистецтвознавчими розвідками будуть розглянуті з позиції комплексної методології.

Висновки до першого розділу

Аналіз історіографії показав, що дана проблема розглядалася досить широко, але ряд методичних питань, пов'язаних з дослідження раритетних канцелярських товарів фірми «Монблан» залишились мало розробленими.

Існуючі матеріали обмежуються відомостями лише історичного та етнографічного характеру. Виявлений дефіцит інформації висуває необхідність створення наукового дослідження для виявлення ролі ювелірних виробів у створенні сучасного бренду письмових приладів з ювелірним оздобленням.

Розглядаючи джерельну основу дослідження, що складають зразки раритетних канцелярських виробів, виготовлених фірмою «Монблан» було вивчено колекції європейських музеїв 1992-2021 років, а саме: перші легендарні пір'яні ручки, кулькові та ролери, оригінальної та унікальної роботи годинники, ювелірні вироби, вироби зі шкіри (портфелі, органайзери, портмоне, візитниці, блокноти, ремені) та запонки. Крім того,

досліджувались раритетні ручки, оздоблені коштовним камінням з ювелірними вставками.

Теоретико-методологічна основи магістерської роботи побудовані на поєднанні прийомів комплексного підходу, направлено на визначення сучасних методів і методик дослідження раритетних канцелярських виробів фірми «Монблан». У процесі теоретичних досліджень з'ясовано основні принципи сучасного наукового підходу до проведення атрибуції та мистецтвознавчої експертизи окремих раритетних канцелярських виробів та намічено шляхи проведення експертизи для визначення шляхів досягнення більш достовірних результатів в експертних висновках.

Загалом, огляд проблематики досліджень раритетних канцелярських виробів фірми «Монблан» виявив широке коло відкритих питань і перспектив щодо спроб їхнього вирішення.

РОЗДІЛ 2

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ФІРМИ «МОНБЛАН»

2.1. Історія походження канцелярських товарів та їх класифікація

Канцелярські товари – це вироби та приладдя, що використовуються для листування та оформлення документації. Канцелярські товари становлять окрему статтю у витратах будь-якого підприємства [11].

Раніше термін «канцелярія» мав зовсім інше значення, ніж зараз і почав використовуватись приблизно між XIII–XV століттями. У феодальних державах середньовічної Європи «Канцлером» називали вищу посадову особу, яка очолювала королівську канцелярію та архів, що зберігала державний друк. У царській Росії державний Канцлер – вищий громадянський чин, а за Табелем про ранги 1722 року відповідав військовому чину генерал-фельдмаршала. У Німеччині (1871–1945) рейхсканцлер – глава

уряду (а з 1934 року мав також повноваження глави держави). У ФРН та Австрії федеральний Канцлер – глава уряду. У Великобританії Канцлер казначейства – міністр фінансів, лорд-канцлер – голова палати лордів.

Також Канцелярією в цей час називають переписувачів, чиновників, які вважаються як допоміжний відділ для всіх начальників будь-яких державних установ, а також канцелярією називали кімнати, які вони займали. Сучасній людині більш доступне поняття офісних працівників: секретарі та офіс-менеджери, саме ці посади стали на заміну канцелярських чиновників.

Сьогодні канцелярія це відділ різних за призначенням установ, основне завдання якого – діловодство. Як у минулі часи, так і зараз у роботі людей, якимось чином пов'язаних з канцелярією, незамінними є папір, олівець, ручка та інше приладдя, логічно прозване канцелярським.

З ХІХ століття канцтовари (особливо приладдя для письма) стали важливою частиною етикету. Жодна важлива подія, чи то обід, вечеря, бал чи весілля, не обходилися без супроводу красиво оформлених запрошень, карток для гостей. У наш час, незважаючи на бурхливий розвиток комп'ютерних технологій, можна сміливо сказати, що канцелярські товари ще довго матимуть попит, що робитиме кожен день нашого життя простішим та зручнішим.

Людина навчилася писати ще на зорі цивілізації, дряпаючи камінням або вугіллям символи на стінах печер або шматках глини. З часом найдавніші інструменти стародавні єгиптяни використовували для листа стебла тростини. Вони загострювали кінчик стебла, прорізали в ньому невелику щілину і писали такою очеретяною трубочкою чорнилом, що представляло собою суміш води і сажі, на висушених, спресованих разом стеблах папірусу.

Приблизно у VI столітті нашої ери люди почали користуватися пташиним пір'ям, яке краще, ніж тростинні палички, підходило для письма на щойно винайденому пергаменті. Пташиним пір'ям користувалися аж до середини ХІХ століття, коли почалося масове фабричне виробництво змінного металевого пір'я, що кріпилось до дерев'яної або металевої ручки.

Таке пір'я слугувало набагато довше, забезпечувало тоншу лінію письма, до того ж писати ним було зручніше. Однак необхідність у чорнильниці не відпала, а ляпки, як і раніше, переслідували учнів, писарів, письменників.

Все змінив колишній страховий агент, який втратив через необачність великий контракт. У 1884 році Льюїс Уотерман випустив першу пір'яну ручку, в якій було вбудовано резервуар для чорнила. Новий винахід мав великий попит і незабаром компанія Waterman виробляла вже тисячу таких ручок на день.

У 1913 році компанія Parker Pen удосконалила конструкцію Вотермана, придумавши нову систему заправки. Щоб наповнити ручку чорнилом тепер потрібно було просто натиснути на кнопку. У 1920-х роках компанія Parker вперше стала продавати пишучі ручки як предмет розкоші. Ця ідея використовується канцелярською індустрією і сьогодні. Наприклад, компанія Montblanc сьогодні випускає ручки, прикрашені дорогоцінними металами та камінням, які коштують сотні тисяч доларів.

Наступною знаменною віхою в історії пишучих інструментів став винахід кулькової ручки. Пір'яні ручки першої половини минулого століття мали істотний недолік – вони трохи підтікали.

У 1930-х роках угорський журналіст та винахідник Ласло Біро почав шукати інший метод перенесення чорнила на папір. Ідея прийшла до нього, коли він, сидячи в кафе, спостерігав за дітьми, що грали на вулиці зі скляними кульками. Біро помітив, що кулька, що потрапляла в калюжу, залишала за собою мокрий слід. Він подумав, що якщо кульку занурити в чорнило, то слід буде чорнильним.

Таким чином, перша кулькова ручка з'явилась на європейському ринку у 1945 році під назвою Biro на честь автора винаходу, а роком пізніше потрапила і в США, вже під торговою маркою Eversharp SA. У 1949 році компанія Paper Mate випустила автоматичну кулькову ручку із збірним стрижнем та кнопкою. 1954 рік ознаменувався випуском на ринку знаменитої моделі Jotter від компанії Parker, яка продається і зараз. Ручку проектувала

група із 66 конструкторів і вперше в історії вона не протікала. У 1953 році француз Марсель Бік удосконалив і спростив конструкцію, отримавши виробництво найдешевшої на той момент моделі кулькової ручки під назвою Bic Cristal.

Ручка була одноразовою. Вона чудово писала, але коштувала так недорого, що втратити її було не шкода.

Відомо, що олівець з'явився набагато пізніше, ніж перо. У XVI столітті в Англії виявили родовище графіту. Матеріал на вигляд був схожий на свинець, тому англійською свинець і графіт позначаються одним словом. Селяни почали використовувати його, щоб мітити овець. Але графіт бруднив руки, тому доводилося вигадувати різні хитрощі. Спочатку графітову паличку обмотували мотузкою, потім вигадали вставляти шматок графіту в дерев'яну ручку. До кінця XVI століття ремісники з невеликого містечка Кесвік навчилися робити олівці, що зовні мало відрізнялися від сучасних, поміщаючи графітовий стрижень між двох дерев'яних плашок. Кесвік став світовою столицею виробництва графітових або як ми їх називаємо «простих» олівців.

Секрет гарного олівця полягає у грифелі. Сучасний грифель було винайдено наприкінці XVIII століття.

Через війну Англії з Французькою республікою, що почалася у 1783 році, на ввезення графіту і олівців у Францію наклали заборону. Художник і вчений Ніколя Жак Конте знайшов вихід зі становища, змішавши порошок французького графіту, який дещо відрізняється за своїми властивостями від англійського, з глиною. Виготовлені із суміші стрижні потім обпалювалися в печі. Цей винахід дозволив налагодити виробництво олівців не тільки у Франції, а й інших країнах Європи. Технологія Конте використовується й досі. Також відомо, що у 1851 році граф Лотар фон Фабер-Кастелл, власник фабрики Faber-Castell, вигадав шестигранну форму корпусу олівця, помітивши, що олівці округлої форми часто скочуються з похилих поверхонь.

Необхідний рівень твердості стрижня досягається зміною співвідношення у його складі графіту та глини. Чим більше глини, тим стрижень твердіший. Заради справедливості слід згадати, що незалежно від Конте до тієї ж технології виготовлення олівцевого грифеля приблизно в той же час прийшов і австрієць Йозеф Хардмут, який у 1790 році відкрив в Австрії олівцеву фабрику, яку назвав на честь алмазу «Кохінур». Сьогодні це всім відомий бренд Koh-i-Noor Hardtmuth. Відомо, що з 1889 року Koh-i-Noor виробляє олівці з 17 різними ступенями твердості.

У 1770 р. відомий британський хімік сер Джозеф Прістлі винайшов гумку з каучуку. Оскільки видалення слідів олівця потрібно було терти (англ. rub) папір, цей матеріал отримав назву rubber (гума). Тому багато хто називає гумку пральною. До того як записи чи малюнки придумали видаляти за допомогою гуми, для цієї мети використовувався хлібний м'якуш.

Інший канцелярській матеріал – папір як відомо, був винайдений в Китаї на початку I тисячоліття нашої ери [35].

До XIX століття головним інгредієнтом паперової маси були ганчірки. Де взяти стільки ганчір'я? Тільки Англія щорічно використовувала для виробництва паперу 120 000 тонн ганчір'я, причому більшу частину сировини імпортувала.

Відповідь знайшов французький вчений Рене Антуан Реомюр. Він запропонував замінити ганчірки дерев'яною тирсою – ця ідея спала йому на думку, коли він спостерігав за тим, як оси будують гнізда. Дерево замінило ганчірки лише після того, як німецький винахідник Фрідріх Готтліб Келлер запатентував верстат для тонкого подрібнення деревини. Зараз весь папір виготовляється з деревної целюлози.

Єдиним винятком залишаються банкноти. Наприклад, Банк Англії досі друкує фунти стерлінги на папері, виготовленому з бавовняного волокна та лляної тканини [35].

Удосконалення та здешевлення виробництва паперу та розвиток капіталізму призвели до зростання обсягів споживання. Конторські

службовці XIX століття потребували різні способи скріплення аркушів паперу. Спочатку для підшивки документів використовувалися швейні шпильки, якими проколювали пачки паперу. Це було незручно.

Попит породив пропозицію найрізноманітніших видів канцелярських скріпок. Які тільки назви не носили скріпки, вигадані винахідниками: «Еврика», «Кліпер», «Ніагара», «Сова» і навіть «Геркулесова двостороння паперова скріпка»! Скріпки пропонувалися різних форм, у тому числі овальні, трикутні і квадратні. Але найбільшої популярності набула дротяна скріпка Gem, з двома овальними петлями у формі куліси тромбона. Її робила англійська компанія Gem Manufacturing Limited. Ім'я конструктора історія, на жаль, не зберегла.

Інша відома компанія 3М була заснована п'ятьма підприємцями з Міннесоти у 1902 році і спочатку була гірничодобувним концерном, але потім перетворилася на виробника канцелярського приладдя. Світову славу їй принесли липка стрічка «скетч» та стікери для нотаток Post-It. Компанія завжди підтримувала культуру інновацій завдяки таким традиціям, як правило спонукаючи працівників витратити 15% робочого часу на завдання, які не входять до кола їхніх безпосередніх обов'язків.

Свобода творчості у 1920-х роках, що була однією з характерних ознак компанії 3М, допомогла особистим винаходам Річарду Дрю, який відповідав у компанії за якість наждакового паперу. Експерименти Дрю привели до винаходу двох популярних товарів: клейкої малярної стрічки та пакувальної прозорої стрічки.

Дрю спостерігав за тим, як робітники фарбували автомобілі. У тих випадках, коли потрібно було забезпечити рівну межу між двома кольорами, вони кріпили до корпусу газетні листи, використовуючи при цьому клей чи медичний лейкопластир. Але після того, як процедура була закінчена, газету нерідко відривали разом із шаром фарби.

Дрю вирішив знайти рішення цієї проблеми, для чого йому потрібен був клеючий матеріал, який би легко знімався з поверхні і був достатньо пластичним, щоб прилягати до опуклих і увігнутих деталей корпусу.

Експериментуючи з гофрованим папером, Дрю виявив, що жата стрічка легко відходить від поверхні котушки і її можна відмотувати при необхідності. Згідно з легендою, спочатку компанія 3M наносила клей тільки на краї стрічки, і один із майстрів запитав: «Why be so Scotch?», що означає в перекладі: «Чому ви такі жадібні?».

Слово «скотч» «приклеїлося» до липкої стрічки стало всесвітньо відомим брендом та назвою цілої лінії продуктів, що входять до товарної категорії «клейка стрічка»...

Відомо, що одного разу до Діка Дрю звернулася компанія, яка займалася виробництвом ізоляційних матеріалів, з проханням створити стрічку, яка б не пропускала воду. Він вирішив застосувати новий матеріал – целофан. Дрю взяв стрічку з целофану і покрит її клеючим розчином, що, але тут виникла проблема: стрічка клеїлася сама до себе. Відрізавши від рулону шматок, треба було відшкрібати прилиплий кінець нігтями. Щоб відрізати стрічку, не даючи їй прилипнути до котушки, було створено спеціальний пристрій з ріжучим краєм. Промисловий дизайнер Отіс Рейнеке пізніше розробив пластмасовий диспенсер у формі равлика, настільки дешевий у виробництві, що при купівлі стрічки компанія 3M віддавала його покупцю безкоштовно.

Крім того, відомо, що хімік Спенс Сільвер, який працював у компанії 3M, кілька років експериментував зі своїм «марним» винаходом – клеєм з низьким рівнем адгезії. Його колега Арт Фрай вирішив випробувати клей на закладках для книг. Якимось він написав записку на закладці та приклеїв її до звіту, підготовленого для керівництва. Так з'явилися стікери. У 1980 році компанія 3M почала виробляти їх під торговою маркою Post-It.

Ось ще кілька цікавих фактів про канцелярські товари. Звичайна скріпка брала участь не в одній виставці дизайну, наприклад, у Музеї сучасного мистецтва в Нью-Йорку та музеї Vitra в Німеччині.

Канцелярські товари можуть бути дієвим маркетинговим інструментом, якщо їх використовувати як сувеніри, адже ними справді користуються, а отже, їх цінують. За оцінкою British Promotional Merchandise Association, до 70% тих, хто отримав у подарунок олівець чи ручку, їх не викидають.

Різні канцтовари стали незамінними у житті сучасної людини. Користуватися ними тією чи іншою мірою доводиться всім: від народження до глибокої старості. Звідки бере початок історія їх створення і який різновид канцтоварів з'явився першим?

Питання які канцтовари з'явилися першим є досить спірним. За пальму першості у ньому борються ручка та папір. Не папір А4 або інші звичні для нас його варіанти, а сіро-жовті листи з нерівномірною поверхнею, що слабо нагадують сучасні аналоги.

Прообразом ручки, а, може, і олівця можна назвати камінь, вугілля та інші зручні засоби, що використовувались стародавніми людьми, для створення написів і малюнків на каменях і скелях.

Як було зазначено вище, папір був винайдений на початку I тисячоліття жителями сучасного Китаю. Аж до XIX століття для його виготовлення застосовували шовк та використані ганчірки.

Папір А4 та інші формати були видумані німцями, але вік такого винаходу навряд чи налічує кілька десятків років.

Асортимент канцелярських товарів, запропонованих на сучасному ринку, вражає. Чи могли б наші предки уявити такий достаток? Починаючи з наймолодшого віку, діти вже тримають в руках олівці та фломастери, різнокольорову крейду, зошит та альбом для малювання. Незважаючи на активний розвиток комп'ютерних технологій, канцтовари, як і раніше, не втратили своєї актуальності.

Паперова продукція, що охоплює значний пласт товарів – це листи для друку та друку будь-яких форматів, фотопапір, картон, кольоровий папір, зошити, блокноти, щоденники та інші невід'ємні аксесуари.

Товари для письма, що включають всі види ручок (кулькові, гелеві, чорнильні тощо), звичайні та механічні прості та кольорові олівці, фломастери та маркери.

Вироби для роботи з документами, їх оформлення та використання у роботі. Сюди відноситься степлер, дірокол, клей, скотч, канцелярські ножі, ножиці тощо. Навіть скріпка, призначена для фіксації кількох паперів разом, гумки, коректори та інші товари також належать до цієї категорії.

Канцелярське приладдя для систематизації та зберігання документації, включає величезний асортимент папок, конвертів, швидкозшивачів, обкладинок для зошитів й книг, бейджів, візитниць тощо. А також товари для творчості з різними видами фарб, продукцією для ліплення, виготовлення виробів з паперу, створення аплікацій та інших варіантів рукоділля, продукція для організації робочого простору у вигляді підставок для олівців та ручок, органайзерів, лотків для паперів тощо.

Окремо варто відзначити подарункові канцтовари, що частково належать до кожної з перелічених вище категорій, але мають особливе оформлення і здатні стати відмінним презентом для близької людини, колеги і навіть начальника.

Як відомо, основою будь-якого олівця є графіт, знаний дуже давно. Перші згадки про нього відносяться до IV тисячоліття до н. е. Щоправда, тоді його використовували для отримання фарби. Далі історія мовчить. Графіту начебто не існувало. Лише у XVI столітті про нього заговорили знову, але вже всерйоз і надовго. Справа в тому, що саме тоді було відкрито перше графітове родовище, яке отримало промислове використання. Родовище було розташоване на північному заході Англії й мало назву Бороудальське. Звідси і з'явився прообраз сучасного олівця, оскільки англійці оправляли графітові палички в дерево чи метал (зокрема і золото), які потім покривали

орнаментом. Дозволити собі користуватися таким знаряддям письма могли не всі. Палички були справжніми витворами мистецтва і коштували дуже дорого. Дуже цінував англійські олівці російський цар Петро I. До речі, з бороудальським графітом пов'язаний один курйоз: англійський парламент, стурбований швидким виснаженням родовища і, відповідно, зникненням з ужитку олівців, видав указ, що дозволяє добувати графіт лише шість тижнів на рік.

Втім, до сучасного олівця англійській графітовій паличці (хоч і в золотому пеналі) було ще дуже далеко. По-перше, він був надзвичайно тендітним, по-друге, мав лише одну твердість, і, нарешті, дерев'яна оболонка не була жорстко скріплена з грифелем – «паличкою». Вирішення всіх цих проблем пов'язують з трьома особами, які жили у XVIII–XIX столітті німцем Фабером, французом Конте та чехом Гардтмунтом. Завдяки їхній роботі олівець став тим, яким він є сьогодні.

Перші олівцеві фабрики на теренах Російської імперії з'явилися у II половині минулого століття в Москві, в Хамовниках та належали розбагатілому ямщику Нікітіну. Крім того, олівці випускалися фабриками Вільно (нині столиця Литви Вільнюс) та Риги [8, с. 302].

Письмові пір'я були відомі з глибокої давнини, приблизно з 3000 року до н. е., і вирізувалися із стебел очерету. Англійське слово «пен» (ручка, пташине перо) походить від латинського «penna» (перо птаха), оскільки велике поширення набули гусячі пір'я, які заточувались біля кореня. З VI століття до н. е. пір'я використовували протягом понад тисячу років багато цивілізацій. Кращі зразки виготовлялися з пір'я лебедів, індиків і гусей, як пір'я, що мають у крилах, найбільшого розміру.

Археологічні знахідки на руїнах Помпеїв включають варіанти бронзового пір'я, проте поширення вони набули лише наприкінці XVIII століття. Далі, через століття з'явилися авторучки, капілярну систему для яких придумав Л. Уотерман (L. E. Waterman), нью-йоркський торговець канцелярськими товарами.

Близько 1944 року угорець Ласло Біро (Laszly Bery), спираючись на останні методи виготовлення шарикоїдшипників для машин та зброї, додав до капілярного каналу кульковий механізм та представив світові кулькову ручку [35].

У 1960 році токійська канцелярська фірма Pentel стала першою, що представила світові фломастери.

За історичними даними відомо, що російський термін «ручка» (походить від слова рука) й означав спочатку лише перотримач – ту частину пишучого пристрою, яка використовувалась як рукоятка для власне пишучого вузла (змінного металевго пера) у загальному значенні слова «ручка» це «частина якогось предмета, призначена для його тримання рукою чи руками». Потім слово «ручка» стало застосовуватись цілком до всього пишучого пристрою будь-якої конструкції, хоча змінне перо як таке вже вийшло з вжитку [4, с. 235].

У XII столітті люди намагалися перев'язувати папери невеликими стрічками. Кожен аркуш паперу мав проріз у верхньому лівому кутку. Цей прийом використовувався для запечатування та з'єднання паперу за допомогою воску та стрічки. Хоча цей метод використовувався протягом майже 600 століть, досі не з'ясовано, хто придумав цей метод скріплювання паперу.

Приблизно 300 років назад були винайдені степлери різних форм і розмірів. На сьогодні залишається питання, кому за них слід бути вдячним. Деякі довідники згадують американця Семюела Слокума. У 1841 році він запатентував свій винахід, що передував степлеру: приклеєні до паперу шпильки. За посиланнями на інші джерела, першим степлером був Mc Gill Single Stroke Staple Press, в який завантажувалася лише одна скоба, що протикала папір у двох точках. Цей винахід було запатентовано у 1866 та 1879 роках.

Вперше прототип сучасного степлера був виготовлений у XVIII столітті на замовлення французького короля Людовіка XV Історики

відзначають, що у XVII столітті скріплюючий механізм чи пристосування для скріплення було зроблено виняткового для використання королем Франції Людовіком XV. Кожна скоба для скріплення була ручної роботи та мала емблему королівського будинку. І все ж, цей пристрій ніколи не був представлений широкому загалу.

Фактично слово «степлер» увійшло в обіг у 1909 році. До цього часу механізми, що зшивали папір називали скріплювачем (кріпленням) або «Hotchkiss» (за назвою американської компанії, яка їх випускала).

Так було до 1914 року, поки степлер не з'явився в американських офісах. Однак у компаніях вважалося, що одного степлера достатньо на офіс із 500 осіб! Перші степлери були досить складними у використанні для службовців, оскільки мали не скріплені, а обгорнуті папером скоби. На щастя, 1923 року компанія Boston Wire Stitcher Co випустила простішу у використанні модель. У цей час виробники також розробили інше нововведення – скоби, склеєні в смугу для більш простого використання.

Наприкінці 1930-х компанія Swingline зробила переворот у скріпленні, розробивши виріб, в якому відкривалася верхня кришка, і службовець міг зазирнути в жолоб степлера.

Двадцятьма роками пізніше було випущено електричні степлери. Хоча електричні степлери задовольняли потребу з вищою продуктивністю та точністю, основний принцип цих ранніх степлерів залишився тим самим.

Сучасні степлери спроектовані для офісів XXI століття, вони роблять життя службовців легшим та продуктивнішим. Сьогоднішні степлери стали потужнішими, мають меншу вагу, зручні та естетичні на вигляд, вони пройшли довгий шлях від своїх скромних попередників [13].

Наступним канцелярським предметом є ластик. Спочатку для стирання написаного користувалися хлібним м'якушем. Коли з Латинської Америки завезли перший каучук, виявилось, що він може стирати краще, і в 1770 р. англієць Джозеф Прістлі виготовив першу справжню гумку. Залишалося

зробити останній крок, але з ним вийшла затримка – лише у 1858 році американець Хайман Ліпман здогадався випустити олівець з гумкою на кінці.

Відомий історії людства перший фломастер використовувався ще у Стародавньому Єгипті. Цей пристрій для письма було знайдено в гробниці Тутанхамона – мідна ручка, з вставленою в неї свинцевою загостреною трубочкою. Всередині трубочки знаходилась тростинка, що заповнювалась чорнилом, яке просочувалось по волокнах стебла, накопичувалось на загостреному кінці і на листі папірусу залишала чіткий слід.

Фломастер, у тому вигляді, в якому ми його звикли бачити, створено засновниками німецької компанії «Eddying» Еддінгом та Ледерманом у 1960 році. Він називався «всебічний маркер adding №1». Щільно спресована повсть у цій моделі слугувала наконечником. Також відомо, що канцелярська фірма «Пентел» м. Токіо 17 березня 1960 року випустила у продаж перший фломастер, який називався «плакар» або «волокнистий олівець».

У цьому ж році інша японська фірма Tokyo Stationery Company випускає ручки з фетровими наконечниками, яким і присвоюється назва фломастер [35].

Наступним важливим канцелярським інструментом були ножиці. Ще за часів Архімеда з давніх-давен у якості найпростішої зброї застосовувався важіль – предмет, яким ми користуємося майже щодня. Придивіться до звичайних ножиць. Як ми ріжемо папір? Весь час лише в одній точці. У цьому і є сенс ножиць – всю силу, що прикладається, необхідно сконцентрувати в одній точці. І сила, виявляється, настільки велика, що ми можемо легко різати не лише папір чи тканину, а й картон, пластмасу і навіть метал. І ще, ми постійно намагаємося діяти не кінцями ножиць, а, навпаки, самим початком лез, ближче до гвинта. Причому чим твердіший матеріал, тим ближче до початку лез ми його підсуваємо. Ось тут і «працює» відкритий Архімедом закон важеля: що коротше ми робимо леза ножиць, а ручки довші, тим більше виграємо в силі [12].

Винахідниками перших логарифмічних лінійок є англійці – математик та педагог Вільям Відред та вчитель математики Річард Деламейн. Син священика, В. Відред навчався спочатку в Ітоні, а потім у Кембриджському королівському коледжі, спеціалізуючись у галузі математики. У 1595 році Відред отримав перший вчений ступінь і увійшов до ради коледжу. Йому тоді було трохи більше 20 років.

Пізніше Відред став поєднувати заняття математикою з вивченням богослов'я і в 1603 році став священиком. Незабаром він отримав прихід в Олб'юрі, поблизу Лондона, де й прожив більшу частину життя. Однак справжнім покликанням цієї людини було викладання математики.

«Усі його думки були зосереджені на математиці, - писав сучасник Відреда, - і він увесь час розмірковував чи креслив лінії та фігури на землі. Його будинок був сповнений юних джентльменів, які звідусіль приїжджали, щоб повчитися у нього». Плату за навчання Відред не брав, хоча не був багатим. У 1631 році він написав для своїх учнів підручник арифметики та алгебри «Ключ математики», який користувався великою популярністю не лише у XVII, а й у XVIII столітті.

Влітку 1630 року у Відреда гостював його учень і друг, лондонський вчитель математики Вільям Форстер. Колеги розмовляли про математику і, як сказали б сьогодні, про методику її викладання. В одній із розмов Відред критично відгукнувся про шкалу Гюнтера, зазначивши, що маніпулювання двома циркулями забирає багато часу і дає низьку точність. В цей час валлієць Едмунд Гюнтер побудував логарифмічну шкалу, яка використовувалась разом із двома циркулями-вимірювачами. Шкала Е. Гюнтера являла собою відрізок з поділами, що відповідають логарифм чисел або тригонометричних величин. (Декілька таких шкал розташовувалися на дерев'яній або мідній платині паралельно один одному). За допомогою циркулів-вимірювачів визначали суму чи різницю довжин відрізків шкали, що відповідно до властивостей логарифмів дозволяло знаходити твір або приватний.

Гюнтер увів також загальноприйняте тепер позначення \log й терміни косинус та котангенс. У 1620 році вийшла книга Е. Гюнтера, де проведено опис його логарифмічної шкали, а також вміщені таблиці логарифмів, синусів та котангенсів. Що ж до самого логарифму, то його винайшов, як відомо, шотландець Джон Непер. Бачачи здивування В. Форстера, високо цінував цей винахід, Відред показав своєму учневі два виготовлені ним обчислювальні інструменти – дві логарифмічні лінійки [35].

Перша лінійка В. Відреда мала дві логарифмічні шкали, одна з яких могла зміщуватися щодо іншої, нерухомої. Другий інструмент був кільце, всередині якого оберталося на осі коло. На колі (зовні) та всередині кільця були зображені «згорнуті в коло» логарифмічні шкали. Обидві лінійки дозволяли обходитися без циркулів.

У 1632 році в Лондоні вийшла книга В. Відреда та В. Форстера «Круги пропорцій» з описом кругової логарифмічної лінійки (вже іншої конструкції), а опис прямокутної логарифмічної лінійки В. Відреда дано в книзі В. Форстера «Додаток до використання інструменту», званого «Колами наступному році. Права на виготовлення своїх лінійок В. Відред передав відомому лондонському механіку Еліасу Аллену.

Лінійка Річарда Деламейна (який був свого часу асистентом В. Відреда), описана ним у брошурі «Граммелогія, або Математичне кільце», що з'явилася 1630 року, теж була кільце, всередині якого оберталося коло. Потім ця брошура зі змінами та доповненнями видавалася ще кілька разів. Деламейн описав кілька таких варіантів лінійок (що містять до 13 шкал). У спеціальному поглибленні Деламейн помістив плоский покажчик, здатний рухатися вздовж радіусу, що полегшувало використання лінійки. Пропонувалися інші конструкції. Р. Деламейн не лише представив описи лінійок, а й дав методику градування, запропонував способи перевірки точності та навів приклади використання своїх пристроїв. Очевидно, В. Отред і Р. Деламейн винайшли логарифмічну лінійку незалежно один від одного. А в 1654 році англієць Роберт Біссакер запропонував конструкцію

прямокутної логарифмічної лінійки, загальний вигляд якої зберігся до нашого часу [14].

За проведеною класифікацією аксесуари для письма поділяється на 5 груп – це олівці, ручки, маркувальні олівці (фломастери, маркери), пір'я та чорнило. Зазвичай, олівці бувають 3-х видів:

– у деревній оболонці (за твердістю стрижнів олівці поділяють на 15 ступенів: м'які (від 6М до М), твердо-м'які (ТМ), середньої твердості (СТ) та тверді (від Т до 7Т), також залежно від кольору графіту олівці виготовляють чорно-графітні, кольорові, копіювальні та набори олівців;

– механічні олівці: цангові та гвинтові;

– маркувальні олівці (фломастери), які виготовляють двох видів – з капілярно-пористим стрижнем (фломастери, текстовиділювачі) та з фетровим стрижнем (перманентні маркери).

Наступним письмовим аксесуаром є ручки, які поділяються на:

– автоматичні (автоматичні пір'яні, автоматичні кулькові та набори автоматичних ручок);

– канцелярські (різних форм з дерева та пластичних мас, учнівські та дорожні).

Пір'я для ручок поділяють наступним чином:

– для автоматичних ручок, що бувають трьох типів – ПК конусоподібної форми, ПЦН, ПЦВ – циліндричної, ПС – спеціальні);

– сталеві звичайні для учнівських та канцелярських ручок.

Важливою складовою пір'яних ручок є чорнило, яке виробляють:

– рідким (для письма звичайними канцелярськими ручками, автоматичними та для заправки оформлювальних олівців, а також для самописних приладів);

– сухим (для розведення водою);

– туш (звичайну та морозостійку).

До аксесуарів для письма також відносять комплекти (набори для письма) та прилади для письма, чорнильниці, олівці тощо [3, с. 15].

Необхідним в роботі є приладдя для креслення, які поділяються на такі підгрупи:

- креслярські інструменти та набори (різні інструменти, необхідні для виконання креслярських робіт тушшю або олівцем: циркулі, кронциркулі, рейсфедери, вузли та деталі інструментів для креслярських та розмічувальних робіт);

- готовальні – набори креслярських інструментів, вкладені у спеціальні фуляри, що поділяються на 3 типи – НЧ (для виконання графічних робіт), ПК (для виконання копіювальних робіт), НЧК (для виконання графічних та копіювальних робіт олівцем та тушшю);

- креслярські дошки (залежно від конструкції виготовляють 5 видів);

- креслярські столи та прилади для виконання креслярсько-графічних робіт, які бувають двох типів: ПЧК – координатні та ППП – пантографічні;

- лінійки (металеві для учнів, креслярські, вимірювальні, канцелярські з поділами і без них, косинці, транспортири, лекала);

- гумки для витирання, кнопки.

Для художньої творчості існує безліч приладів для малювання, які поділяються на такі підгрупи: фарби для малювання, пензлі для малювання, допоміжні матеріали для мальовничих робіт, папір та мольберти.

Фарби для малювання представляють природний або синтетичний пігмент, перетертий з певною сполучною речовиною (маслом, клеєм, емульсією тощо). Фарби виготовляють наступних різновидів:

- акварельні (водорозчинні, що мають світлостійкість і яскравість);

- гуашеві (криючі клейові фарби, що утворюють щільний непрозорий шар), їх поділяються на художні та плакатні;

- темперні (при висиханні дають непрозору, незмивну водою світлостійку плівку), які поділяють на темперні казеїново-масляні художні та темперні полівінілацетатні;

- олійні (олійні художні для живопису, художні ескізні та для декоративно-мальовничих робіт);

- рельєфні пасти – для художнього розпису тканин;
- фарби для малювання в сухому вигляді – пастель, соус, сангіна, вугілля, пігменти.

Крім того, для художньої творчості виготовлюють різноманітні пензлі для малювання в залежності від застосовуваного волосся, щетини та форми пучка, які бувають художні, шкільні, для відведень, флейци.

Допоміжні матеріали для мальовничих робіт є олія (ляна та горіхова), розчинники, розріджувачі, лаки тощо.

Підсобними приладами також є мольберти різних конструкцій, оздоблень та розмірів, стаціонарні та похідні.

До канцелярських товарів належать і штемпельні фарби та подушки, сургуч, приладдя для скріплювання паперів тощо [5, с. 28-34].

2.2. Становлення та розвиток європейських фабрик з виготовлення вишуканого канцелярського приладдя

Видатними винахідниками фірми «Монблан», що створювали раритетні пишучі прилади від 1946 – до 1979 року вважаються Д. Рослер та С. Вальрафен. Обидва співавтори на початку 1970-х років звернули увагу на цікаву конструкцію авторучки Caressa, бузкового кольору, типового зразка духу сімдесятих і, на думку двох «експертів», з безперечно, найбільш рідкісним пером. Вже на той час подібна продукція фірми Montblanc: Caressa, Ballpix, Collection Madame або Chromatik була рідкісною, їх можна було знайти на блошиних або антикварних ринках за доступними цінами. Але чого не вистачало, так це відповідного каталогу для колекціонерів, який показував би, коли були виготовлені письмові знаряддя та надавав всі необхідні факти щодо створення колекції Montblanc з 1946 по 1979 роки. Таким чином, вони почали систематично перебирати старі прайс-листи, шукати старі новини, папери для відповідної реклами та згодом зібрали необхідні письмові інструменти, а також всю доступну довідкову

інформацію та результати аукціонів. Результатом цієї роботи стало видання, в якому було описано понад 600 письмових інструментів компанії Montblanc з 1947 по 1979 роки, з яких понад 250 зразків повністю проілюстровані, з результатами оцінювання аукціонів.

Крім того, це видання містило цікаву інформацію про асортимент та назви продуктів, а також маркетингові концепції, які були відповідальними за успіх або, в деяких рідкісних випадках, за провал фірми «Монблан». Тобто, для колекціонерів була створена повна збірка письмових приладів фірми «Монблан» тієї епохи.

Завдяки сучасним методам виробництва, таким як лиття під тиском, гальванічне покриття тощо, моделі фірми «Монблан» ніколи не були предметом імітації чи підробки. Більшість із них досі знаходиться у своїх власників і може знайти свій шлях до колекціонерів протягом наступних років.

У 1908 році в Гамбурзі була заснована компанія Simplo Filler Pen, яка згодом стала всесвітньо відомою. Торгова марка Montblanc була зареєстрована для того щоб виробляти авторучки з верхньою білою частиною у 1910 році, а через три роки (у 1913) вона стала знаменитою завдяки білій зірці, що стала з'являтися на вершинах усіх письмових інструментів Montblanc. Рівно через двадцять років, у 1934 році, компанія Simplo Filler Pen була змінена на Montblanc-Simplo GmbH.

Особливий інтерес, який письмові інструменти цієї компанії викликали у колекціонерів, заснований як на їх високій якості, так і на їх позачасовому дизайні. Але прихильність до цієї продукції бере початок від білої зірки, найбільш вражаючої торгової марки заснованої у 1914 р., коли В. Дзямбор, тодішній керуючий підприємством, вирішив, що інструменти Montblanc мають бути позначені білою зіркою. Відтоді кожен пишучий інструмент Montblanc легко ідентифікувати за цією зіркою. Вони можуть бути і великі, і маленькі, з гравіюванням, іноді з інкрустацією, а іноді емальованими, і навіть червоні.

Конкуренти фірми також намагалися створити торгову марку з пізнаваним логотипом, наприклад, фірма Parker з затиском для стріли, фірма Pelikan – з затиском у формі дзьоба пелікана, фірма Sheaffer – з білою крапкою, але «біла зірка» засяяла яскравіше.

Протягом своєї насиченої подіями історії компанія виготовила величезний асортимент моделей з різних матеріалів і використовувала кілька систем наповнення, що робити неможливим повну компіляцію кожної, коли-небудь виготовленої ручки. Тим не менш, кожен пишучий інструмент виражає особливий дух свого періоду.

Багато письмових інструментів було знищено під час Першої та Другої світових воєн і були принесені в жертву заради золотого пір'я у важкі часи після війни – перо виривали, а залишки викидали. Тому старі довоєнні ручки «Найбільшої фабрики, що спеціалізувалась на виробництві авторучок в Європі» (реклама Montblanc тридцятих років) стали дуже рідкісними і на сьогодні купуються за найвищими цінами на аукціонах. Численна кількість різних моделей пір'яних ручок до Другої світової війни за оцінками експертів налічувала близько п'ятисот, не кажучи вже про різнокольорові зразки.

Навіть сама фірма «Монблан» не має повної довоєнної колекції всіх випущених моделей, оскільки архів був повністю знищений у 1944 році під час одного з численних повітряних нальотів на Гамбург. Цікаве опитування стосовно цього, можна знайти в «Щоденнику Montblanc та посібнику колекціонера» Д. Реслера. Книга вийшла з друку, але нещодавно компанія Montblanc її перевидала.

Більшість колекціонерів визнають, що вироби фірми «Монблан» після Другої світової війни є цікавими колекційними предметами і не дарма, тому, що у цей період було продано багато красивих ручок та олівців, які можна було придбати за розумною ціною на блошиних та антикварних ринках. Завдяки технічно розвиненим методам виробництва ці моделі ніколи не були предметом підробки. Тим не менш, часто можна зустріти комбінацію деталей

від різних моделей пір'яних ручок – затискачів, ковпачків або пір'я, які укладають разом, щоб ручку зробити цілісною. Точні дати виробництва більшості моделей не були відомі, і часто можна зустріти дилерів, які вихваляють їх «дуже стару цінну авторучку Montblanc» сімдесятих років! Таким чином, створений каталог фірми пропонує майже повний список усіх письмових інструментів Montblanc, включаючи деякі перехідні моделі з 1947 по 1979 рік. В ньому перераховано понад 600 письмових інструментів Montblanc, точні роки виробництва, включаючи оцінювання, у тому числі оцінку раритетності, проілюстровано понад 250 моделей.

Випущені пишучі інструменти Montblanc 1947–1959 років були обладнані поршневым механізмом серії Masterpiece (МБ № 139, 142-149). Слід зазначити, що до 1959 року техноскопичний поршневий механізм був повністю запатентований ще у 1936 році і в основному використовувався в асортименті фірми Masterpiece. У порівнянні із звичайним поршневым механізмом він забезпечив на 30% більшу ємність для чорнил. Завдяки цьому, найбільша пір'яна ручка фірми Masterpiece (№ 139) стала ще й найбільшим чорнильним пером у світі. Компактна конструкція дозволяла використовувати латунь для забезпечення необхідної стійкості. Додаткова вага значно підвищила престиж лінії компанії Masterpiece.

Тенденція до скорочення операцій щодо наповнення за рахунок якомога великого резервуару незабаром досягла своїх фізичних обмежень. Чим більшою була ємність для чорнил, тим частіше їх подача не могла утримувати надлишки чорнил, що витіснялись змінами атмосферного тиску (повітря). Потреба у великій місткості зменшилася через бажання мати пишучий інструмент, який би був безпечним, наприклад, під час польоту. Крім того, пір'яна ручка втратила своє значення у повсякденному користуванні, так що її поршневий механізм було знято з виробництва.

Міжнародна тенденція дизайну ручок за часів Другої Світової війни і після неї знову повернулася до обтікаючої форми початку тридцятих років (Sheaffer, Montblanc), тому, довелося змінити стару квадратну довоєнну

форму. У 1948 році компанія розробила новий дизайн – серію ID 1055 та 1056. Відповідно до цього лінія Maestriepiece була змінена до тієї форми, яку вона має на сьогоднішній день. Ніхто насправді не знає, хто створив цю конструкцію у 1949 році і сьогодні ніхто не засвідчує авторство цього дизайну. Цей факт підтверджує командну роботу в компанії, яка процвітає і донині.

Одним з перших європейських філіалів, починаючи з 1947-1959 рр., з виготовлення пишучих інструментів бренду Montblanc була Данія. Слід зазначити, що в історії Montblanc найбільшою таємницею є створені авторучки та механічні олівці фірми Montblanc з назвою бренду та логотипом White-Star, вироблені в Данії. Це стосується не лише багатьох дизайнів і моделей, які відрізняються від німецьких продуктів, а й безлічі ручок, які все ще з'являються на ринку колекціонерів.

На сьогодні продукція фірми «Монблан» досить добре продається по усьому світові так, Альфред Оберг, датський генеральний агент, фактично отримав право на самостійне виробництво, оскільки до Другої світової війни та під час війни імпорту комплексуючих до Данії був заборонений. Щоб уникнути цього закону, у 1933 році була заснована фабрика Pencil Danmark A/S. Величезна кількість деталей для ручок, таких як перо, кліп та чорнила, була імпортована з фірми «Монблан» в Гамбурзі. Тут виготовлялася або збиралася велика кількість технічних олівців і авторучок з білою зіркою або принтом Montblanc. Наприкінці 1940-х років виробництвом ручок і олівців з білими зірочками та відбитками Montblanc було зайнято понад 30 чоловік.

Окрім ручок фірми «Монблан», ця фабрика також виробляла бренди «по name» та рекламні ручки та олівці для інших роздрібних продавців та великих канцелярських товарів. Після війни права на марку були конфісковані урядом Данії як репарація, але незабаром після цього були викуплені датським Монбланом, та повернуті компанії Montblanc у 1949 році. У 1947 році фірма «Pencilfabrikken Denmark A/S» отримала нову назву через конфлікт назви з іншою датською компанією. Нова фабрика «Nordisk

Penog Pencilindustri A/S» продовжила виробництво датських ручок і олівців Montblanc.

Понад 25 років датські моделі Montblanc конкурували з ручками, виробленими фірмою «Монблан» в Гамбурзі. Коли Montblanc в Гамбурзі знову вийшов на повну виробничу потужність, ситуація стала критичною. Приблизно у 1964 році А. Оберга переконали припинити виробництво датських пір'яних ручок Montblanc. Доречі, датські ручки Montblanc А. Оберга можна знайти у продажних каталогах за 1966 рік.

Сьогодні датські письмові інструменти Montblanc дуже затребувані у колекціонерів через їх привабливі кольори та незвичайну форму [56]. Наступним європейським виробником 1947-1959 рр. з виготовлення пишучих брендів інструментів фірми «Монблан» була Іспанія. Під час Другої світової війни і незабаром після неї іспанський імпортер організував невелике виробництво друкарських інструментів Montblanc. Через обмежене ввезення з Німеччини до Іспанії кількість укомплектованих ручок була обмежена. Не обмежувалися лише запасні частини такі, як затискачі, наконечники й чорнила, що були не лімітованими. Тому в Іспанії до 1952 року було налагоджено невелике виробництво ручок середнього класу, різноманітних кольорів. На додаток до імпортової продукції Montblanc вони мали сталеве перо і трохи інший дизайн. Оскільки про ці ручки мало що відомо, вони не проілюстровані у вищезгаданому каталозі та більше нагадують ручки фірми «Монблан» №1 342/344, смугастого, зеленого, сріблястого та золотого забарвлення.

Швейцарська лінія Monte Rosa з'явилась на ринку у 1952 році і була орієнтована в основному на студентів. Фірма мала намір запропонувати молодшим покупцям низько бюджетну модель, не послаблюючи основної лінії. Назва Монте Роза використовувалась вже в перші роки існування компанії У Швейцарії була також компанія Dimmler, яка використовувала цей бренд і, ймовірно, там його зареєструвала.

У 1950-ті роки фірма «Монблан» повернула ім'я Monte Rosa. Згодом, швейцарська фірма мала використовувати інше ім'я, тому існують ручки Monte Rossa цього періоду з надписом Astoria або Reflex.

У період з 1947–1959 року дизайнери постійно вишукували різні ідеї щодо покращення здібностей письма ручками. Фірма «Монблан» на цей час використовувала так зване крилоподібне перо з 1954 року (МВ № 252 256), а після 1957 року подібне для лінії Masterpiece (МВ № 642, 644, 742, 744) перо було сконструйовано за такими принципами. Звичайне опукле перо авторучки розкривалося надто широко під тиском, так що потік чорнила було перервано. Тож перо було або зроблено настільки твердим, що майже не відкривалося взагалі (в основному в Америці). Також на потік чорнила вплинула модифікація подачі настільки, що в точках пера чорнила завжди було багато, отже, потік не припинявся, коли перо було розкрито. Але, з іншого боку, це часто спричиняло промоканню та сприяло росту продажу промокального паперу. Недоліком перших ручок було й те, що конденсація води на пері та всередині кришки у поєднанні із залишками чорнила часто викликала синіння пальців під час письма. У 1970 – 1973 рр., щоб подолати цю проблему, у подачу чорнила було вставлено невелику сталеву трубку, що значно зменшило конденсацію води на наконечнику. Тепер вода конденсувалася на сталевій трубці у подачі, де вона не могла нашкодити. Пізніше цю проблему вирішила нова система вентиляції у ковпаку. Тому ручки того часу можна знайти з маленькою сталевією трубкою всередині.

Таким чином, крилоподібне перо мало поєднувати дуже малий запас чорнила на кінчику з регулярним потоком чорнила та достатньою гнучкістю. Це було досягнуто завдяки тому, що передня частина пера була плоскою, щоб два зубці могли легко переміщуватись вгору і вниз, не розіходячись під тиском, таким чином зберігаючи потік чорнила рівномірним. У конкуренції з кульковою ручкою, що не капала, це перо знову зробило авторучки більш привабливими. Навіть сьогодні крилоподібне перо забезпечує найбільш

збалансоване та плавне письмо, яке коли-небудь було виконане за допомогою пір'яної ручки.

Monblanc була однією з останніх фірм яка запропонувала кулькові ручки у 1955 році. Для того аби швидко вийти на цю частину ринку вони обрали шведську компанію Vallograf у якості партнера. Ця компанія володіла ліцензією Biro і як наслідок, могла виготовляти заправки, які відрізнялися від так-званого стандартизованого «Norm-Mine», що пропонувались у Германії і які знаходилися під сильним здешевленим тиском цін.

За спеціальною ліцензією датського винахідника Хендріксена заправки великої ємності компанія Ballgraf розробила стержень, який писав у тричі швидше стандартного. Патент Хендріксена засновувався на так званому «флоттері», шматочку жироподібної речовини, яка плавала на поверхні пишучої пасти всередині стрижня. Під дією цієї змазки пишуча паста могла витікати, не залишаючи слідів. Таким чином, фірма «Монблан» спочатку вийшла на ринок як новачок, аі згодом зайняла лідируючу позицію у технічному розвитку цих продуктів. Дизайн кулькових ручок був повністю взятий у компанії Vallograf, але не відповідав стандартам Monblanc.

Отже, в першу чергу, компанія Monblanc хотіла запропонувати дилерам якомога скоріше повний асортимент, оскільки на той час ці кулькові ручки продавались по ціні до 10 німецьких марок. Зі сторони фірми «Монблан» партнерство було розраховане лише на короткий період часу, до того моменту, коли сама компанія змогла виготовляти продукцію у затвердженому дизайні.

У 1957 році фірма «Монблан» почала виготовляти перші «справжні» кулькові ручки, що згодом з'явилися на ринку. Через вдалу ринкову стратегію лінія Vallograf продовжувалась до 1968 року.

Від самого початку створення різнокольорових олівців фірмою «Монблан» було вироблено цілу низку письмових інструментів. Спочатку олівці було укомплектовано звичайним механізмом ковзання. Після війни механізм став частково автоматичним. Наступним кроком був вибір кольору

під час руху на певній відмітці (Ріхомат). Цей механізм був заснований на тому, що олівець не тримався вертикально під час погляду на кольорові позначки. Шарнір, який було закріплено всередині, як маятник штовхав протилежне введення вниз і в положенні письма, коли верхня частина олівця була зажатою. З появою кулькової ручки кольорові стрижні було замінено на стрижні для кулькових чорнил.

У 1970-1979-х роках на підставі скорочення асортименту, що тривало упродовж 1960-х років та викликаного цим скорочення кількості товарів, фірма успішно представила кілька нових продуктів у 1970-х роках, таких як Carrera і Noblesse.[66,стр.63] У створенні цих зразків були використані сучасні гальванічні методи, та вперше застосоване чорне хромування. Ця нова техніка у поєднанні з прогресивним дизайнерським оздобленням незабаром зробили фірми «Монблан» однією з провідних виробників ручок у світі. Найбільш послідовним і успішним прикладом цього сучасного дизайну є серія ручок Noblesse, вперше представлена у 1976 році. Але й інші серії відповідали смакам того часу, виконані різними методами гальванічного покриття.

У 1971 році була представлена ще одна з найуспішніших ліній продукції фірми «Монблан» післявоєнного періоду: студентська серія Carrera. Основою для розробки лінії Carrera стала наступна маркетингова концепція:

– асортимент має бути орієнтований на студентів та відрізнятися кольором від провідних моделей конкурентів Pelikan (синій) і Geha (зелений), що мало сподобатись молодим людям, які вже вміли писати;

– продукція повинна бути дешевшою, ніж звичайний асортимент фірми «Монблан», але дорожчою, ніж асортимент лідера ринку Pelikan;

– товари повинні відповідати стандартам фірми «Монблан» щодо якості та дизайну, а також мати сучасний та унікальний дизайн та привабливість.

Таким чином, створений дизайн був унікальним для фірми «Монблан» у своїй суворості та прямим посиленням на автомобільні перегони в кольорі, дизайні та назві. Назва Carrera, притаманна автомобілю марки Porsche жовтого кольору, створювала ідеальну передачу юнацьких емоцій. Подібна ручка продавалась за низькою ціною, але з хорошим ринковим прибутком через її просту конструкцію та перевагу використання вільних виробничих потужностей. В оформленні цієї ручки вперше в Німеччині було використано чорне хромування кришки. Послідовний розвиток цього процесу обробки поверхні згодом зробив фірми «Монблан» світовим лідером у галузі гальванічних покриттів у 1970-х роках.

У 1970-1979-х роках фірма фірма «Монблан» займалась тільки розробкою дизайну прямих циліндричних форм, у той час як фірма Aurora представила на ринку аналогічний продукт дизайнера Hastil Aurora VIP-pen (MB no. 1225).

Так як компанія Аврора була повністю невідомою у Німеччині, Montblanc викупила модель під назвою Montblanc-VIP-Pen (звісно ж, з зіркою) аби заблокувати ринок, і звісно ж, провести тестування товару без ризику перед прийняттям.

Сьогодні ця ручка і досі продається компанією Aurora в тому ж дизайні, але звичайно ж без зірки. Після появи моделі Noblesse лінія VIP була продовжена фірмою «Монблан» з новим дизайном. Серед колекціонерів дуже популярною є ручка Montblanc VIP pen оскільки являє собою унікальний екземпляр колекції пишучих інструментів Montblanc.

Далі, наступником VIP ручок Aurora стала серія noblesse (аристократична). Ці тонкі моделі із дорогого на вигляд металу були розроблені, щоб урівноважити моделі, виготовлені литтям під тиском із пластику. Вони представляли новинку в серії пір'яних ручок високого класу. У минулому, крім моделей з дорогоцінних металів, таких як золото та срібло, прокатне золото використовувалося фабриками з виробництва ручок для їх обробки. За технологією виробництва тонкий шар золота накочується на

основний метал, найчастіше на латунь. Товщина шару буває різною. Розтягуючи вкритий золотом метал для отримання трубок або затискачів, шар золота часто ставав настільки тонким, що його можна було легко відполірувати по краях. Крім того, декоративне оформлення було дуже обмеженим, оскільки малюнки не можна було вигравірувати, а можна було лише зафіксувати.

За допомогою гальванічного покриття багато фантастичних прикрас та гільош можна було рівномірно вкрити шаром золота або іншими нещодавно розробленими матеріалами. «Монблан» була першою фабрикою з виробництва пір'я, що застосувала цю техніку на пишучих інструментах. Вперше на пишучих інструментах були використані нові процеси гальванічного покриття, такі як чорний хром, олово, нікель і родій, а також золотого сплаву. Побудований для цієї мети завод був найсучаснішим у Європі завдяки повністю комп'ютеризованому управлінню. Успіх цієї лінії за три роки збільшив оборот фірми «Монблан» удвічі.

Від 1970–1979 рр. ще однією студентською лінією після привабливої Carrera був Junior (молода), яка особливо добре продавалася за кордоном. Вона була виготовлена для фірми «Монблан» іншими компаніями та експортована залежно від країни в конкретному дизайні та кольорі. Повний перелік всіх експортованих варіантів кольорів у цій книзі ще не може бути представлений.

Вишуканою та цікавою є колекція «Мадам», яка була спробою представити маленьку жіночу кулькову ручку високої якості. Метою розробки було створити продукт для жінок, порівнянний з продуктами Cartier, Dior або Dunhill. Але цей задум не увінчався успіхом, тому ці письмові інструменти на сьогодні є досить рідкісними.

Іншою привабливою колекцією є Ballpix. Основна ідея цієї розробки Ballpix полягала в тому, що найкращі відчуття під час письма було отримано тоді, коли вага пишучого інструменту була якомога ближче до точки. Це було досягнуто за допомогою надзвичайно довгої латунної насадки, яка до

того ж надала кульковій ручці екстравагантного вигляду. Незважаючи на цю насадку або, можливо, через неї, так званий «одинадцятий палець» став великим успіхом для фірми «Монблан» [66, с.64].

Вишуканим дизайном відрізняється серія ручок Caressa, що було орієнтовано особливо на молодих жінок. У цій моделі чорний хромований процес був використаний вперше для декорування кліпу. На жаль, лінія не змогла продовжити успіх моделей Carrera і тому була продана у короткий час [66, с. 64].

Елегантними пишучими інструментами фірми «Монблан» 1970–1979 рр. була серія Chromatic, що являла собою тонку американську подвійну кулькову ручку, яка була включена в асортимент як товар, оскільки підрядники не могли виготовити такий продукт. Ці кулькові ручки, також, були позначені зіркою Montblanc. Оскільки подібна лінія Noblesse продавалася дуже добре, серія ручок Chromatic залишалась в програмі лише короткий час. Пізніше її продавали досить довгий час без зірки в Німеччині.

2.3. Створення фірми «Монблан»

Історія фірми «Монблан» налічує більше 100 років, почалася з дуже простої ідеї інженера з Берліна Еберштейна (August Eberstein) та Альфреда Неєміаса (Alfred Nehemias) банкіра з Гамбурга, які за аналогією з колегами з-за океану, усвідомили що на ринку Німеччини немає зручною чорнильної ручки. Тому, у 1906 році вони об'єднали сили для створення своєї продукції *Simplicissimus* (з латині «дуже просто»). Простим було те, що ця пір'яна ручка, крім пера, мала резервуар з чорнилом, а на 1906 рік це було серйозним винаходом у Німеччині, в результаті якого можна було просто писати, а не складно вмочати у флакон з чорнилом з певною періодичністю. Нові партнери Клаус Йоганнес (Claus Johannes), Крістіан Лаус (Christian Lausen) і Вільгельм Дзіамбор (Wilhelm Dziambor) взяли на себе турботи про поширення бізнесу і, таким чином, привели компанію до міжнародного

успіху. Перші ручки ввозились із США й виготовлялись з простими чорними піпетками, із знімним ковпачком та із золотим пером. Тому, успіх фірми «Монблан» базувався на тому, що фірма стала абсолютним новатором на ринку пишучих інструментів та пір'яних ручок [56].

У 1906 р. німецький інженер на ім'я Еберштейн розпочав свій бізнес у Гамбурзі. Еберштейн дуже швидко опинився у скрутному фінансовому становищі і тільки тому він змушений був знайти покровителів, внаслідок чого *Simple pen company* була заснована 1908 року в Гамбурзі, Німеччині. Їх першою ручкою була приваблива модель під назвою *Rouge et Noir* (Червоний та Чорний) через те, що це була безпечною BHR (Black Hard Rubber – чорна тверда гума) ручка з великим червоним верхом, яка спочатку випускалась у восьми модифікаціях.

У 1909 р. один із фінансових покровителів компанії раптово помер, а незабаром Еберштейн був викритий у крадіжці грошей фірми і втік із сім'єю до Америки, щоб уникнути офіційного переслідування.

Через деякий час створене ними спільне підприємство переходить у володіння Вільгельма Дзамбора, Крістіана Лаузена та Клауса Йоганна Фосса. Таким чином було закладено основи майбутньої всесвітньо відомої фірми «Монблан». Іншим покровителям вдалося утримати компанію на плаву і в 1910 році у вдалої моделі *Rouge et Noir* з'явився аналог. У цій моделі був білий верх ковпачка, і вона стала популярною. Ця верхівка протягом кількох років перетворилась у стилізовану білу зірку, імовірно з міркувань створення торгової марки. Назва нової ручки була *Montblanc*, і, передбачалося, що зірка буде зображувати снігову вершину гори. Новий бренд був відзначений нагородами за виробництво високоякісних пір'яних ручок і в 1908 році компанія була вже офіційно зареєстрована в Гамбурзі.

Всього через рік з'явилася нині вже легенда – Руж-Нуар (*Rouge et Noir*) «Червоне і чорне». Це була перша «безпечна ручка» з гордим ім'ям фірми «Монблан». Блискучі маркетологи назвали ручку на честь найвищої гори в Європі, тим самим пророкуючи їй піднятися над усіма письмовими

інструментами. За легендою, один з родичів одного із засновників фірми описав цю аналогію під час карткової гри, що сприйнялося як осяяння і назавжди приєдналося до фірми.

У 1910 році фірма зареєструвала назву Montblanc в якості свого товарного знаку, і перша пір'яна ручка Montblanc була випущена з білою вершиною на ковпачку. Нова ручка була технічно поліпшена у порівнянні з першою ручкою і відправилася завойовувати ринки Лондона та Парижа.

Як вдалося виявити, з 1910 по 1924 рр. був випущений цілий ряд ручок Mont Blanc і Rouge et Noir. Ручка Montblanc стала такою популярною, що серія Rouge et Noir була знята з виробництва, хоча італійський завод фірми продовжував виробляти її аж до 1923 р. Принаймні моделі 1-6 також проводилися з восьмигранними корпусами «для запобігання ковзання по столу».

Тривало також виробництво іншої моделі того ж часу Padrone – ручки у формі кулі, в якій використовувалась чорнильна кулька з додаванням води, майже як в моделі Parker «Trench Pen» і в Simple.

У 1921 р. один з робітників Simple залишивши фірму, почав виробляти свою власну ручку Astoria, однак через кілька років він зіткнувся з фінансовими труднощами і його компанія у 1932 р була куплена фірмою «Монблан», яка продовжувала випуск ручок Astoria до 1936 року, які тепер є рідкісними.

1924 рік вважається особливою віхою в історії письмової культури. Цього року на світ з'явилася легендарна колекція Montblanc Meisterstück, яка подарувала світові один із найзнаменитіших інструментів для письма. До цього дня колекція Meisterstück втілювала філософію марки, головними принципами якої було збереження та збільшення традицій майстерності компанії. Пір'яна ручка Meisterstück, друга назва даного інструменту, що перекладається з німецької як «шедевр» або «ідеальний інструмент майстра».

У 1925 р. лінія моделей була повністю реорганізована, і виробництво моделей, про які говорилося вище, було припинено на користь нової лінії, яка

поділялася на 2 розряди: вищий (Top line) та нижчий (Bottom line) залежно від ціни і, можливо, якості. Вищий розряд називався Meisterstück, або (для експорту) Masterpiece (шедевр), тобто ці ручки проклали свій шлях до сьогодення цього часу. Біля ручок вищого класу спочатку на ковпачках була вигравірована висота гори Монблан у метрах – 4810.

Фірма намагалась використовувати масу різних систем наповнення, але найбільш ранні ручки були безпечнішими (можна було повністю вкрутити перо в корпус ручки, це було безпечно для пера – до тих пір, поки перш ніж надіти ковпачок, необхідно було вкрутити перо в корпус, але була велика можливість забруднитись цими ручками) і на початку 1920-х років спробували використовувати важільні наповнювачі. У 1929 р. натхненний серіями Parker Duofold, Simplo теж почав робити кнопкові наповнювачі поруч із безпечними ручками, тоді як випуск важільних наповнювачів було припинено.

Крім того, у 1929 році фірма «Монблан» отримала нову прикрасу Meisterstück – на пері ручки в перший раз з'явилося гравірування, що символізувало висоту гори Монблан.

У 1929 р, натхненний серіями Parker Duofold, Simplo теж почав робити кнопкові наповнювачі поряд з безпечними ручками, в той час як випуск важільних наповнювачів був припинений.

Протягом цього часу завершення клапану у формі кульки перетворилося в форму краплі відповідно до побажань покупців. У 1932 році була додана лінія бізнес-класу. Ручки випускалися трьох розмірів, позначених літерами А, В, С. Перо ручки Meisterstück тепер гравірувалось цифрами 4810, в той час як на ручках бізнес-класу – літери АВ, всередині маленького трикутника в залежності від розмірів ручки.

У 1934 фірма змінила свою назву на Montblanc-Simplo GmbH і в ті ж роки були введені поршневі наповнювачі, які є характерною рисою ручок Montblanc і досі. 1935 року фірма Montblanc дала довічну гарантію на ручки Meisterstück, підкреслюючи високу якість виготовлення.

1935 року фірма розширює свій асортимент придбавши фабрику в місті Оффенбах (Німеччина), що спеціалізується на виробі з шкіри, та починає випуск письмових аксесуарів. З цього моменту під маркою Montblanc випускаються також високоякісні шкіряні вироби, такі як чохли для ручок, записники та несесери для письмового приладдя.

У 1936 році була введена знаменита система чисел Montblanc, і фірма отримала свій перший та єдиний патент на телескопічний поршень. Було прийнято новий клапан із двома гребенями на вершині. Montblanc тепер випускав низку нових серій ручок, а всі попередні – було знято з виробництва.

Кнопкові наповнювачі поступово були витіснені новими поршневыми і близько 1938 року було запроваджено новий «покроковий» клапан. Ці ручки були добре збалансовані, зручно лежали в руці і чудово писали. Єдина їх проблема полягає в тому, що для них досить складно було знайти поршень. В ранніх поршневих наповнювачах було довге віконце – індикатор наповнення чорнилом із чорними рисками, намальованими зсередини. У пізніших моделей віконце було коротшим.

Як було зазначено вище, історія фірми «Монблан» починається з 1924 року зі створення пір'яної ручки Meisterstück. Зразок досконалості, виконаний вручну у найкращих традиціях європейської майстерності легендарний інструмент увійшов до розряду культових творів. Однак це був лише перший етап в історії створення друкарських інструментів Montblanc. З того часу було випущено цілий ряд чудових колекцій, включаючи прикрашені дорогоцінним камінням моделі Bohème, елегантні та сучасні моделі Starwalker та багато інших.

Дорогоцінні інструменти Montblanc ведуть літопис аристократичного життя, поруч з не менш вишуканим годинником дозволяє йти в ногу з часом.

Початок нового ХХ століття надихав винахідників та художників. Уява і технічна винахідливість допомогли вдосконалити пір'яну ручку, яка стала лідером на ринку пишучих інструментів.

Натомість, Друга світова війна сильно підірвала стан фірми, так що вона опинилася на межі банкрутства бо всі її заводи були зруйновані, і якби не дружня допомога фірми Dunhill, невідомо, писали б ми зараз сучасними такими престижними пір'яними ручками. В результаті допомоги компанія змогла швидко відновитись, відкривши виробництво на території Данії і в 1952 році з'явилась нова (чергова) легенда – відома нам і донині. Створена пір'яна ручка фірми Montblanc Meisterstück під номером 149 була з видовженим пером. Відомо, що пір'яні авторучки з'явилися вперше в Америці і скоріше за все континентальна система вимірювання була переважаючою, при цьому 1, 49 дюйма – це приблизно 38 мм, але з іншого боку 149 модель з'явилася на зміну 139 моделі, можливо за прямим аналогом.

На фотографії, зробленій Лексом Віллінесом (Lex Villines) (додаток 1, рис. 1) представлена невелика хронологія розвитку моделі Montblanc Meisterstück 149 з моменту випуску. Зліва на право представлені спочатку 146-та, а потім сто сорок дев'ята модель 1952 року з целулоїду, модель 1959 року з целулоїду, модель з ранніх 1960-х років виготовлена вже з пластика, далі середина 1970-х, ранніх восьмидесятих і сучасна приблизно 1990-х років.

У період з 1947 до 1959 року в Данії були випущені серії привабливих, різноманітних за кольором та дизайном ручок Montblanc, не схожі на німецькі.

У 1948 році з'явилися нові ручки Meisterstück, а виробництво попередніх моделей було припинено. Нові ручки були більш обтічні і витонченіші, і всі вони були з поршневыми наповнювачами із заокругленим верхом і з гвинтовим ковпачком кольору ручки. Meisterstück мав плоский клапан з трьома смугами. У 1952 році 244 і 246 серії перероблялися і форма їхнього ковпачка стала ближчою до конуса, а клапан став лопатоподібним. 139-у ручку врешті-решт замінила нова 149-та, яка все ще виробляється і не зазнала великих змін з 1950 року.

Також випускалась серія ручок класу люкс, яка базувалась на ручках Meisterstück з деякими додатковими характеристиками за номерами:

- 642 (ковпачок із золотим покриттям та 14-каратного цільного золота);
- 644 (ковпачок із золотим покриттям та 14-каратного цільного золота);
- 742 (ковпачок та корпус із золотим покриттям та 14-каратного цільного золота).

У 1955 році серію № 240 було замінено на №250. У цих ручок було два обідки на ковпачку, нижній з яких був ширшим і закривав край ковпачка. Вони також мали новий кручений клапан. Перо теж було перероблено і згодом називалося перо «Flugelfeder», тобто «Метелик» - названо через свою форму.

У 1958 році перо Flugelfeder було прийнято і на ручках Meisterstück. 1959 року лінія була повністю перероблена. Номери ручок 142, 144 і 146 були зняті з виробництва, а всі марковані трьома цифрами та інші ручки були виготовлені більш тонкими і забезпечені новим пером

Нові ручки випускалися лише двох розмірів (за винятком 149).

Сьогодні фірма «Монблан» є частиною групи Richemont. Її дочірні компанії включають такі розкішні марки, як Cartier, Van Cleef & Arpels, Chloe, Baume і Mercier. З 2000 року, Montblanc виробляє всі компоненти для ручок Montegrappa та Cartier.

«Мануфактура високоякісних пір'яних та золотих ручок» Montblanc – з перших днів своєї історії робила акцент на ексклюзивному характері своєї продукції. Після того, як підприємець Клаус Йоганн Фосс став одним із співзасновників, компанія Simple Filler Pen Co. зі штаб-квартирою в Гамбурзі, в будівлі Industriepalast на Caffamacherreihe, що була зареєстрована в торговому реєстрі. Слово «Simple», швидше за все, або відображає ідею хитромудрості ручок, або походить від «simple» («простий») – натякаючи на нову концепцію ручок із вбудованим резервуаром для чорнила.

У 1963 році на світ з'являється знаменитий концепт «Montblanc – мистецтво письма», якому судилося стати взірцем для багатьох брендів класу

люкс. У 1980-і роки починається відродження ідеального пишучого інструменту – ручки з пером. «Монблан» випускає колекцію Meisterstück Solitaire, виготовлену із шляхетних металів. Крім того, фірма «Монблан» на міжнародному рівні проводить численні спонсорські акції у таких галузях, як література, музика та балет, забезпечуючи таким чином підтримку розвитку культури та мистецтва.

З 1989 року фірма «Монблан» переїжджає до нових, спеціально збудованих будівель штаб-квартири в Гамбурзі, що означало об'єднання адміністративного, дизайнерського та виробничого підрозділів компанії. І вже у 1990 році Montblanc відкриває бутик у Гонконгу. Після освоєння азійського ринку було відкрито перші європейські фірмові магазини у Парижі та Лондоні. Так почався розвиток міжнародної мережі Montblanc, що налічує сьогодні понад 350 бутиків у більш ніж 70 країнах.

У 1992 році було створено премії від фірми «Монблан» «Покровителі культури та мистецтва», яка присуджується за видатні заслуги знаменитим меценатам. На світ з'являються ручки Lorenzo de Medici лімітованої серії «Покровитель мистецтв» та Hemingway серії «Письменники» – перші екземпляри щорічних серій, за якими відтепер полюватимуть колекціонери всього світу. Поряд з цим відбувається розширення асортименту Meisterstück і випуск нової серії New Dimensions, що включає невеликі шкіряні вироби класу люкс, папір і письмове приладдя, вироблені вручну.

1993 року на ринку з'являється ручка Meisterstück Solitaire Royal, інкрустована 4810 діамантами і стає найдорожчою пір'яною ручкою у світі.

Фірма «Монблан» з 1995 року успішно освоює сегмент чоловічих ювелірних виробів, випустивши колекцію аксесуарів для чоловіків з дорогоцінних металів «Meisterstück Jewelry», яка гармонійно доповнила колекцію інструментів «Meisterstück».

1997 року була створена майстерня Montblanc Montre S.A. у Ле-Локлі – серці швейцарської годинної промисловості. Це дозволило компанії Montblanc гарантувати найвищу якість, гідну годинника Meisterstück, і

підтвердило її вірність своїй філософії – ставити понад усе ручну роботу майстрів-ремісників. Вже перша участь Montblanc у головній події у сфері годинникового виробництва – женевському Салоні Високого годинникового мистецтва SIHH – забезпечує компанії зізнання з боку провідних міжнародних ювелірних фірм. Фірма представила високо досконалу модель годинника Meisterstück, виготовлену вручну. Наступним кроком стало створення інструментів нового формату: випуск міні-моделей «Hommage à Wolfgang Amadeus Mozart» серії Meisterstück. До того ж Montblanc випускає Bohème – першу після Meisterstück велику колекцію друкарських інструментів та поповнюється сімома новими моделями годинників, що поєднують модний дизайн, надійність і рідкісну функціональність. Фірма продовжує випуск подарункових ручок Donation Pens, створивши у співпраці з Філармонією націй нову модель Yehudi Menuzhin.

У 2002 році було засновано Колекцію сучасного мистецтва фірми «Монблан», що складається з робіт визнаних художників сучасності, кожен із яких дав власну творчу інтерпретацію знаменитій емблемі Montblanc. Колекція експонується в адміністративних та виробничих будинках штаб-квартири Montblanc у Гамбурзі, а також у будинках шкіряної мануфактури у Флоренції та годинникових мануфактурах у Ле-Локлі та Віллері.

2004 року, прагнучи допомогти вирішенню проблеми неписьменності в усьому світі та підкреслити значення письма, фірма «Монблан» у партнерстві з ЮНІСЕФ попросила 149 знаменитостей, серед яких були Михайло Горбачов, Бьянка Джаггер, Надя Ауерман та Лучано Паваротті, написати пір'яною ручкою Meisterstück зверненням, яке починалося б зі слів «Я люблю писати, тому що ...». Тексти в наборі з пір'яними ручками, прикрашеними вигравіруваним підписом автора, були продані на аукціоні, а всі виручені кошти перераховані до фонду ЮНІСЕФ.

На відзначення 100-річного ювілею у 2006 році фірма «Монблан» випускає серію лімітованих виробів, відмінністю яких є унікальний діамант Montblanc. В результаті 8 років досліджень з метою досягнення

максимального блиску та гри діамант Montblanc став єдиною у світі маркою, що створила власне запатентоване огранювання діаманта, що відтворює фірмовий логотип.

У 2009 році фірма «Монблан» підтвердила свою прихильність до партнерства з ЮНІСЕФ, виступивши з глобальною ініціативою Signature for Good (Підпис на благо). У рамках цієї ініціативи, спрямованої на збір коштів для підтримки програми ЮНІСЕФ із забезпечення якісної освіти для всіх дітей, було випущено унікальну колекцію друкарських інструментів, прикрас та аксесуарів. Фірма «Монблан» перерахувала до фонду ЮНІСЕФ 10% вартості кожного виробу з колекції «Підпис на благо» Signature for Good, проданого в США за період з 1 червня 2009 року по 31 травня 2010 року. Ці кошти призначались для підтримки освітніх програм Фонду, а загальна сума, зібрана в усьому світі в ході проведення цієї та інших програм, склала не менше 1,5 мільйонів доларів.

Фірма «Монблан» відзначила 20-річний ювілей премією «Покровителі культури та мистецтва» та урочисто відкрила у Пекіні свій найбільший бутик. Інтерактивна концепція чотириповерхового бутика загальною площею 1800 квадратних метрів розкриває перед відвідувачами весь світ Montblanc.

Відзначаючи 90-річний ювілей легендарної ручки Meisterstück у 2013 році Montblanc випускає спеціальну колекцію інструментів для письма в унікальному дизайні «90 Years» та колекцію годинників Meisterstück Heritage. У Флоренції було розпочато випуск Montblanc Extreme – колекцію шкіряних виробів із інноваційної високоякісної шкіри, що задала нові стандарти довговічності та експлуатаційних характеристик.

Фірма «Монблан» входить у цифровий світ, запропонувавши користувачам мобільних пристроїв стилус Starwalker і Pix – два інноваційних пишучих інструменти, призначених для роботи з Samsung Galaxy Note. Актор Х'ю Джекман, лауреат безлічі кінематографічних та театральних премій, стає посланцем бренду та знімається у рекламній кампанії Montblanc. До нього

приєднуються два китайські посланці бренду – тайванська актриса Гуай Лунь Мей та дворазовий олімпійський чемпіон з бадмінтону Лінь Дань.

Останнім часом з'явилися критичні зауваження, що колекційні авторучки стали менш цінними, оскільки Montblanc стала орієнтованою на маркетинговий продаж маркою, а це в свою чергу вплинуло на зниження якості. В одному опитуванні серед колекціонерів лише 19% стверджували, що Montblanc продовжує зберігати свою якість, і лише 6% висловилося, що Montblanc покращило якість своїх ручок. Інше опитування показало, що тільки 5% колекціонерів відповідно використовувати ручки Montblanc, як свою первинну ручку, порівняно з приблизно 20%, що віддали перевагу таким маркам, як Sailor, Pelikan і Pilot/Namiki. Однак, ручки, виготовлені в період до-Richmond, зроблені з целулоїду (а не з «дорогоцінної смоли», що використовується для виробництва сучасних ручок), мають високу колекційну цінність, так само, як ручки, які були зроблені до 1962 року.

«Обмежені випуски» Montblanc типово виробляються в кількості кількох десятків тисяч екземплярів, часто перевищуючи виробництво ручок іншими виробниками, які, як стверджують, не є обмеженими випусками (наприклад, Монблан Едгар Алан По) і які продаються за тисячі доларів.

Ці випуски включають Patron of Art, Writers Edition, Special Theme Edition, Annual Edition, Donation series та America's Signatures for Freedom.

Деякі спеціальні випуски Montblanc були особливо спірні: після того, як побачив світ звіт Diamond Intelligence, в якому було сказано, що в прикрасі ручок використовувалися пастеризовані чорні алмази, а не набагато цінніші природні білі алмази за 200 000 доллфрів, і які покривали 149 ручок від Монблан. Це змінило цінність алмазів у ручці. Журнал стверджував, що Монблан використовував «оманливі та несправедливі торгові методи» у своїй рекламі і порушив американський закон щодо дорогоцінного каміння, коли не було повідомлено про природу алмазів, що ними використовувались. Цей інцидент вплинув на зміну маркетингової стратегії компанії Монблан.

Американський президент Рональд Рейган, президент СРСР Михайло Горбачов, іспанський король Хуан Карлос II та англійська королева Єлизавета підписували всі державні документи виключно ручками Montblanc. Коротко пояснити таку популярність «Білої зірки» у високих галузях можна одним словом – традиція. Традиція найвищої якості та точності ручної праці. Сьогодні, у XXI столітті, усі вироби Montblanc продовжують створювати традиційним методом та виключно вручну. Montblanc займає на ринку письмових приладів таке саме становище, як, наприклад, Rolls-Royce серед автомобілів. У подібних випадках ексклюзивність і розкіш поєднуються з широкою популярністю в очах публіки: всі ці бренди є зримим відображенням багатства і високого статусу, є свого роду візитними картками, служать символом становища в суспільстві, де прийнято зустрічати по одягу.

Однак Montblanc відрізняється від споріднених йому брендів тим, що сьогодні під цією маркою продаються не тільки авторучки, завдяки яким маленька німецька фірма за кілька років пройшла шлях від повної невідомості до слави. Зараз ім'я Montblanc носять витончені речі письма, розкішні шкіряні товари (сумки, тижневіки), коштовності, захисні окуляри, брелоки та годинники. Montblanc став постачальником ексклюзивних продуктів, що відображають точні вимоги сьогодення в якісному дизайні, майстерності та найкращих традиціях справжнього мистецтва. Кожен продукт Montblanc, створений за ці роки, є втіленням цих цінностей. Від класичної ручки Meisterstück fountain до настільних аксесуарів, виготовленої вручну прекрасної шкіри, коштовностей та колекцій годинників – вони є результатами традиційної найвищої майстерності, яка наділяє відчуттям вічності їхніх власників. Заслуговує на увагу ексклюзивні ручки, одна з яких оздоблена 4800 діамантами, що є ювелірною версією ручок Montblanc Meisterstück Solitaire Royal (чисте срібло, 23-каратне золото і вищезазначене число діамантів) стали причиною того, що ця ручка була занесена в Книгу рекордів Гіннеса.

Сьогодні фірма Montblanc продовжує успішно розвиватися, спираючись на майстерність спеціалістів та високі технології. У сучасних виробничих майстернях компанії, поряд із знаменитим Гамбурзьким футбольним стадіоном, автоматичні машини CNC штампують та формують деталі елітних пір'яних ручок. А годинний підрозділ компанії розташовується у маленькому юрському містечку Ле-Локлі, яке разом із сусіднім Ла Шо-Де-Фоном є одним із провідних центрів швейцарської годинної справи.

Висновки до другого розділу

Досліджена історія походження канцелярських товарів дала змогу провести їх класифікацію, починаючи від минулих століть до сьогодення. Сьогодні канцелярія це відділ різних за призначенням установ, основне завдання якого – діловодство. Як у минулі часи, так і зараз у роботі людей, якимось чином пов'язаних з канцелярією, незамінними є папір, олівець, ручка та інше приладдя, логічно прозване канцелярським.

Проведене дослідження із становлення та розвитку європейських фабрик з виготовлення вишуканого канцелярського приладдя показало, що раритетні пишучі прилади від 1946 – до 1979 року на сьогодні стали рідкісними. Відомі винахідники фірми Монблан Д. Рослер та С. Вальрафен на початку 1970-х років звернули увагу на цікаву конструкцію авторучки Caressa, типового зразку 1970-х років, та почали удосконалювати зовнішній

вигляд цієї пір'яної авторучки, яка згодом стала вишуканою аристократичною приналежністю. Крім того, великою заслугою цих винахідників став випущений ними каталог, в якому було описано понад 600 письмових інструментів компанії Montblanc з 1947 по 1979 роки, з яких понад 250 зразків повністю проілюстровані, з результатами оцінювання аукціонів та інформацією про асортимент фірми.

Багато письмових інструментів було знищено під час Першої та Другої світових воєн і були принесені в жертву заради золотого пір'я у важкі часи після війни – перо виривали, а залишки викидали. Тому старі довоєнні ручки «Найбільшої фабрики, що спеціалізувалась на виробництві авторучок в Європі» (реклама Montblanc тридцятих років) стали дуже рідкісними і на сьогодні купуються за найвищими цінами на аукціонах. Численна кількість різних моделей пір'яних ручок до Другої світової війни за оцінками експертів налічує близько п'ятисот, не кажучи вже про різнокольорові зразки.

Блискучі маркетологи назвали ручку на честь найвищої гори в Європі, тим самим пророкуючи їй піднятися над усіма письмовими інструментами.

Тому, успіх фірми «Монблан» базувався на тому, що фірма стала абсолютним новатором на ринку пишучих інструментів та пір'яних ручок

У хронологічному порядку надано інформацію про реорганізацію та удосконалення виробництва різних моделей, що згодом стали вишуканими брендами фірми «Монблан» для аристократичних клієнтів.

РОЗДІЛ 3

ЕКСПЕРТИЗА ТА АТРИБУЦІЯ РАРИТЕТНИХ КАНЦЕЛЯРСЬКИХ ТОВАРІВ ФІРМИ «МОНБЛАН» З ПРИВАТНОЇ КОЛЕКЦІЇ

3.1. Особливості техніко-технологічної експертизи виробів з дорогоцінним оздобленням

Атрибуція та експертиза, безумовно, один із найважливіших етапів роботи з будь-якою річчю, що представляє музейну цінність та претендує на знаходження в музеї чи у зібраннях колекціонерів. В результаті техніко-технологічних та мистецтвознавчих досліджень встановлюється вік речі, її автор, історія побутування, матеріали з яких вона виготовлена, техніка за

допомогою якої зроблена річ, стиль, фірма-виробник. Зроблена робота може сприяти поповненню музейної колекції видатним експонатом, відкрити світові невідомий шедевр відомого автора, підтвердити або спростувати будь-який факт історії або виявити фальсифікат.

Вироби декоративно-ужиткового мистецтва з дорогоцінного каміння та металів рубежу ХІХ-ХХ ст. дуже поширені через бурхливий розвиток ювелірної промисловості цього періоду. Вони у великій кількості знаходяться як у музейних колекціях ювелірного мистецтва, що склалися, так і на антикварному ринку і вимагають докладного вивчення.

Останнім часом відбуваються дивовижні знахідки ювелірних творів тих років із часто неправильною або неповною атрибуцією, а іноді навіть виявляються підробленими. Також необхідно зазначити, що атрибуція предметів декоративно-ужиткового мистецтва вимагає іноді проведення повторних експертиз із застосуванням нових наукових досягнень, з використанням нових сучасних знань.

Наукові праці, присвячені виробам ювелірних компаній, були написані видатними вченими вітчизняними та зарубіжними. Ці роботи фундаментальні і мають великий довідковий апарат, що стосується пробірних таврів і майстрів різних часових періодів. Крім того, на сьогодні існують наукові посібники з експертизи та атрибуції ювелірних виробів та методичні видання. Також зараз виходять роботи на цю тему, де автори намагаються докладніше розкрити всі нюанси та складності вивчення ювелірних виробів, при цьому наголошується на конкретних методах досліджень [5]. Незважаючи на це, зараз залишаються та відкриваються нові питання та проблеми, які потребують наукового осмислення від сучасного дослідника.

До таких предметів, у виготовленні яких були застосовані дорогі матеріали, потрібна особлива увага, адже вони представляють не тільки історичну, естетичну цінність, а й матеріальну. Дорогоцінне каміння, золото, срібло все це – одне з найдорожчих матеріалів. Ювелірні прикраси в усі часи

були предметами особливого статусу, розкішшю, багато з яких передається від покоління до покоління з незапам'ятних часів і час від часу потрапляє до експертів, які повинні визначити художню цінність, а в ряді випадків і ринкову вартість, якщо річ йде на продаж.

При роботі з ювелірним виробом необхідно визначити, які матеріали були використані для його виготовлення. В результаті експертизи повинні бути встановлені відповідність проби металу та склад легуючих домішок у сплаві, а також мінерали та органічні вставки.

Однією з найскладніших є гемологічна експертиза, що стосується вивчення мінералів у виробі. «Мінерал – це хімічно і фізично індивідуалізований продукт природної фізико-хімічної реакції, що є у кристалічному стані» [6]. У науковій літературі крім цього терміна в описі виробів декоративно-ужиткового мистецтва використовується термін «камінь». Кожен мінерал має відмінні властивості, притаманні тільки йому, і, маючи відповідні вимірювальні прилади та звіряючи параметри різних мінеральних видів з довідковим матеріалом, можна їх визначити [7]. Існує класифікація дорогоцінного, напівдорогоцінного та виробне каміння, яке є досить умовним. На сьогодні, згідно із законодавством, дорогоцінними вважаються природні алмази, смарагди, рубіни сапфіри та олександрити, а також природні перли у сирому (природному) та обробленому вигляді та унікальні бурштинові утворення [8]. Але цей перелік відрізняється у різних державах і був різним у різні епохи.

У ювелірних виробках можна зустріти безліч мінералів, гірських порід, різноманітні тверді утворення органічного походження та синтетичні речовини. Важливо відзначити, що перші синтетичні дорогоцінні камені з'явилися у XIX столітті, коли французький хімік Огюст Вернейль почав проводити свої дослідження з вирощування рубінів, але офіційним роком створення перших синтетичних корундів, одними з різновидів якого є рубін і сапфір, вважається 1905 рік, коли їх кристали були вироблені за допомогою окису алюмінію та воднево-кисневого пальника. Вже у XX ст. вони стали

широко застосовуватися в ювелірній справі, але через велику поширеність їх ціна є в кілька десятків, а іноді навіть сотень разів нижчою, ніж ціна на натуральний камінь. Крім того, часто в ювелірній справі використовують імітації дорогоцінного каміння, які схожі за їх властивостями, але різні за хімічним складом. Сучасна діагностика дорогоцінного та виробного каміння ускладнюється ще й тим, що деякі натуральні камені облагороджуються для поліпшення їх оптичних властивостей шляхом опромінення, хімічною або термічною обробкою. Експерт повинен вміти визначати, чи камінь піддавався подібному впливу, оскільки це сильно впливає на якість каменю та його оцінку. Також треба пам'ятати про те, що деякі камені можуть бути складовими, тобто склеєними з кількох частин – дублети, триплети тощо. Їх частини складаються з високоякісного та низькоякісного каміння одного мінерального виду, або ж природне каміння може поєднуватись з синтетичними, зі склом тощо.

Крім визначення виду мінералу, фахівець повинен встановити ще й якість каменю. Воно оцінюється за чотирма загальноприйнятими в усьому світі критеріями, які для стислості позначають як 4є С. Розшифровується це так: color – колір; cut – огранювання; clarity – чистота; carat – каратна маса. [8].

Усі параметри можуть бути встановлені з точністю. Камінь, у якого вони найвищі, дуже гарний і дорогий у виробі і сам по собі.

Карат – це одиниця виміру маси ювелірного каміння та перлів, що дорівнює $2 \cdot 10^{-4}$ кг [11]. Для того, щоб встановити масу каменю у виробі, не обов'язково виймати його з оправы. Спеціально для цього розроблені спеціальні шаблони, які допомагають дізнатися вагу, наприклад, діаманта або перлини. Наприклад, вимірювання кронциркулем є одним з найбільш точних способів. Маса розраховується за таблицями, але необхідно враховувати і відхилення каменю від ідеальної форми огранювання [13]. Визначення ваги каменю без його виїмки з виробу може здійснюватися за допомогою формул

або спеціальних комп'ютерних програм, однією з яких є Diamond Calculator фірми Octonus Ltd¹⁴ [12].

Для ідентифікації каменю та визначення його якості найбільш важливим є дослідження його оптичних властивостей, таких як колір, прозорість, блиск, дисперсія показників заломлення. Однією з основних діагностичних ознак є колір, він сильно впливає на цінність каменю. Колір, як фізичне явище, виникає внаслідок вибіркового відображення або поглинання речовиною певного діапазону електромагнітного випромінювання в межах видимої частини спектра.

Різноманітність кольорів забезпечується хімічним складом мінералу, наявністю у ньому хромофорів (елементів носіїв кольору), якими можуть бути хром, залізо, кобальт, марганець, мідь та інші речовини. Відомий гомолог та мінералог професор В. Індутний пропонує використовувати для характеристики фарбування каменів наступні параметри: колір-відтінок (наприклад, молочно-білий); точне визначення кольору та відтінку; інтенсивність фарбування; насиченість основного кольору [12].

Часто дорогоцінні камені можуть мати нерівномірне або зональне забарвлення. Залежно від характеру освітлення, деякі мінерали можуть змінювати свій колір (наприклад, олександрит). При дії на ювелірні камені тепла (нагрівання), світла або опромінення вони можуть змінювати своє забарвлення, наприклад, топази та аметисти сильно схильні до змін від перерахованих факторів.

При визначенні фарбування дорогоцінного каміння широко використовують метод візуального спостереження, хоча він і є дуже суб'єктивним. Камінь розглядається на тлі білого аркуша паперу при денному освітленні або при освітленні лампи денного світла. Слід зазначити, що людське око здатне відрізнити близько 200 колірних відтінків. Для отримання більш об'єктивних даних користуються спектроскопічними методами дослідження, за допомогою спектроскопів з дифракційною решіткою або призмою проводиться вивчення спектра поглинання та

відображення [17]. Порівнюючи колір ювелірного каменю з кольоровими еталонами в таблицях, атласах або зі спеціально підібраними еталонними зразками, експертом робиться опис кольору. Для кожного ювелірного каменю є своя градація кольорів, наприклад, у діаманту забарвлення варіюється від безбарвного до жовтого, але треба пам'ятати, що існують ще й фантазійні кольори мінералів, оцінка яких провадиться індивідуально.

Займаючись дослідженням кольору ювелірного каміння, необхідно пам'ятати про таке явище як плеохроїзм. Анізотропним (що відрізняється за оптичними, механічними та іншими властивостями по різних напрямках) мінералом притаманне різне поглинання світла в залежності від напрямку його проходження в камені [17]. По-різному висвітлюючи такий кристал можна спостерігати зміну забарвлення. Дихроїзм – один із підвидів цього явища, коли зміна кольору відбувається у двох напрямках. Найбільш яскраво вираженим плеохроїзмом можуть мати гідденіти, танзаніти, турмаліни, кунцити, а також деякі рубіни, сапфіри, смарагди.

Діагностувати плеохроїзм у деяких камінців можна візуально. Наприклад, у деяких турмалінів зміну кольору можна побачити при обертанні кристала. Але здебільшого для цього використовуються спеціальні прилади.

Ще один важливий параметр діагностики – світлозаломлення. Світлозаломлення – це заломлення світлових променів, що відбувається при переході променя з повітря в мінерал. В результаті ми спостерігаємо явище дисперсії (залежність абсолютного показника заломлення від частоти коливань (довжини хвилі) [17], що має вигляд гри світла, блиску каменя. Найвищу дисперсію показника заломлення має алмаз (0,062) [17].

При дослідженні даної властивості мінералу фахівці найчастіше використовують рефрактометри, першу модель якого сконструював Герберт Сміт у 1907 році, а після цього пристосування стали випускати такі фірми, як Diadex, Reuner та ін. У деяких випадках для визначення показників заломлення застосовують бінокулярний мікроскоп разом з приладом, що

вимірює метод прямого вимірювання глибини каменю а симетрія має значення для проходження світла крізь кристал мінералу.

Блиск ювелірного каменю теж один із найважливіших критеріїв, який потребує уваги експерта. Він пов'язаний з відбивною здатністю кристала, яка в свою чергу залежить від характеру поверхні, на яку падає світло, хімічний склад та особливості структури речовин. Розрізняють алмазний, скляний, напівметалевий та металевий блиск, а приналежність до певного виду блиску визначається показниками заломлення та відображення. У ювелірній справі найчастіше зустрічаються камені зі скляним блиском.

Чистота каменю визначається його прозорістю (ступенем поглинання ним світлових променів, що залежить від хімічного складу речовини та її структури) та наявністю чи відсутністю включень, дефектів та інших факторів. Проводячи дослідження цієї властивості, фахівці користуються кількісно-спектроскопічними методами, розглядаючи об'єкт у різних діапазонах спектра із застосуванням спектрофотометрів або спектрографів. Отримані дані порівнюються з таблицями відповідності каміння певній групі.

Ще один поширений варіант встановлення приналежності до того чи іншого роду мінералів – розгляд каменю на просвіт в ультрафіолетових променях різної довжини. Цей вид дослідження заснований на явищі люмінесценції, яке є здатністю матеріалу світитися від впливу певних збудників. Різні матеріали під тим самим впливом однієї й тієї джерела будуть поводитися по-різному. Для визначення кольору люмінесценції об'єкт поміщається на чорну підкладку та у затемненому приміщенні висвітлюється ртутною лампою. Особливо ефективним цей метод є для виявлення синтетичних корундів та смарагдів. УФ-лампи для цієї мети використовують найчастіше, але в окремих випадках можуть застосовуватися методи рентгенолюмінесценції, хемілюмінесценції, термолюмінесценції та інші [17].

Щільність також одна із важливих властивостей для аналізу фізичних властивостей мінералу щодо його ідентифікації. При необхідності щільність

мінералу зазвичай встановлюється методом гідростатичного зважування або методом врівноваження у важких рідинах.

Іншими матеріалами, які використовуються для виготовлення ювелірних виробів, є дорогоцінні метали. В даний час, відповідно до Закону України «Про дорогоцінні метали та дорогоцінні камені», дорогоцінними металами вважаються: золото, срібло, платина, а також метали платинової групи: паладій, іридій, родій, рутеній та осмій [32]. Для експертизи антикварних виробів важливо відзначити, що на платину почали ставити пробу лише з 1927 р., але на метали платинової групи – лише у другій половині ХХ століття. Вироби з платини вироблялися і до 1927 року, але дорогоцінним металом він не вважався.

Експерт найчастіше має справу не з чистими металами, а з золотими й срібними сплавами, оскільки лігатури (домішки в сплаві) надавали виробам велику міцність. Тому, визначення відповідності проби дорогоцінного металу, зазначеної на виробі, та хімічний склад сплаву є основною метою експерта. Проба показує кількість чистого дорогоцінного металу у сплаві.

Для проведення експертизи сплавів можуть використовуватись різні хімічні та фізичні методи. В експрес-діагностиці часто застосовуються спеціальні прилади-тестери, які при взаємодії з очищеною поверхнею виробів зі сплаву показують пробу дорогоцінного металу або можуть відобразити хімічний склад домішок. Наприклад, рентгенофлуоресцентний або спектральний аналіз проводиться за допомогою хвиле-дисперсійних (фіксація випромінювання з довжиною хвиль, специфічної для кожного елемента) та енергодисперсних (фіксація енергії випромінювання) спектрометрів. Метод полягає у впливі на металевий сплав рентгенівського випромінювання, в результаті якого атоми кожного елемента починають флуоресцювати з інтенсивністю, яка пропорційна концентрації речовини. За допомогою спеціальної електроніки випромінювання атомів аналізується, на екрані приладу виводиться спектр випромінювання атомів та відсотковий вміст кожного елемента [32].

Одним з класичних вважається метод пробірного каменю, при якому на камінь наносяться смужки на підготовлену поверхню пробірного каменю сплавом, що вивчається, і пробірними голками (стрижень із зазначенням проби припаяної смужки сплаву з благородним металом). Після цього проведені смужки змочують відповідним реактивом, а через половину хвилини промокають фільтрувальним папером та порівнюють між собою інтенсивність забарвлення слідів від досліджуваного сплаву та пробірних голок.

Мікроскопічний метод має на увазі дослідження сплавів під світловим мікроскопом, при достатньому збільшенні якого можна розглянути розташування, форму та розмір зерен металу. Крім того, існують інші методи експертизи металу, зокрема термічний, магнітний, дилатометричний, гідростатичного зважування та інші.

3.2. Визначення оціночної вартості вишуканих канцелярських виробів в умовах сучасного антикварного ринку

Нині оцінкою культурних цінностей займаються музейні працівники, антиквари, експерти аукціонних будинків, митних служб, галерей та виставок, експерти-оцінювачі. Усі вони по-різному розуміють ринкову вартість творів, процес оцінювання та поняття «культурні цінності». Відомо, що єдиної методології оцінки культурних цінностей не розроблено. Багато хто вважає, що на ринку культурних цінностей діють свої специфічні закони, відмінні від загальних економічних законів матеріального світу.

На антикварному ринку у якості предметів оцінювання виступають антикваріат, речі колекціонування, музейні предмети, а також вишукані канцелярські вироби та інші культурні цінності. Всі ці поняття мають різне значення.

Антикваріат – це старі та рідкісні художні твори або цінні речі, які є об'єктом торгівлі та збирання [1]. Основними ознаками антикварної речі фахівці вважають такі як старість, рідкість чи унікальність, несерійність, пов'язаність з історичною епохою чи історичними подіями, неможливість відтворення, мистецька цінність.

Щоб річ вважалася антикварною, вона повинна мати хоча б одну з перелічених ознак. Головною ознакою є категорія старості, і вона має бути завжди. Під предметами антикваріату розуміються культурні цінності, створені понад 50 років тому. До 2002 року торгувати антикваріатом могли лише їх автори чи організації, що мали відповідну ліцензію.

У Міжнародних стандартах оцінки (МСО 2007), у підпункті 3.2 пункту 3 Міжнародного керівництва з оцінки (МР 5) «Оцінка вартості рухомого майна», запроваджено термін «предмети колекціонування» - «широкий термін, який використовується для опису об'єктів, що збираються згідно з інтересом, який вони викликають завдяки їхній раритетності, новизні чи унікальності. У деяких державах цей термін може застосовуватися серед іншого до творів мистецтва, старовинних предметів, дорогоцінного каміння, ювелірних виробів, музичних інструментів, нумізматичних або філателістичних колекцій, рідкісних книг та архівних матеріалів» [1].

Термін «музейний предмет» визначається як «культурна цінність», ознаки якості якої роблять її необхідною для суспільства, її збереження, вивчення та публічної демонстрації.

Поняття «культурні цінності» є найбільш широким, що включає інші розглянуті поняття і дає вичерпне уявлення про досліджуваний об'єкт. Культурні цінності можна охарактеризувати як цінні предмети, що мають важливе значення для суспільства і відповідають високому рівню культурного розвитку. До культурних цінностей, зазвичай, відносять:

– історичні цінності, у тому числі пов'язані з історичними подіями в житті народів, розвитком суспільства і держави, історією науки і техніки, а також які стосуються життя та діяльності видатних особистостей (державних,

політичних, громадських діячів, мислителів, діячів науки, літератури, мистецтва);

- предмети та їх фрагменти, отримані в результаті археологічних розкопок;

- художні цінності, у тому числі: картини та малюнки цілком ручної роботи на будь-якій основі та з будь-яких матеріалів; оригінальні скульптурні твори із будь-яких матеріалів, у тому числі рельєфи; оригінальні художні композиції та монтажі з будь-яких матеріалів; художньо оформлені предмети культового призначення, зокрема, ікони; гравюри, естампи, літографії та їх оригінальні друковані форми; твори декоративно-ужиткового мистецтва, у тому числі художні вироби зі скла, кераміки, дерева, металу, кістки, тканини, рідкісні канцелярські вироби; вироби традиційних народних мистецьких промислів;

- складові частини та фрагменти архітектурних, історичних, художніх пам'яток та пам'яток монументального мистецтва;

- старовинні книги, видання, що становлять особливий інтерес (історичний, художній, науковий та літературний), окремо або в колекціях;

- рідкісні рукописи та документальні пам'ятки;

- архіви, включаючи фото-, фоно-, кіно-, відеоархіви;

- унікальні та рідкісні музичні інструменти;

- поштові марки, інші філателістичні матеріали окремо або в колекціях;

- старовинні монети, ордени, медалі, печатки, ручки та інші предмети колекціонування;

- рідкісні колекції та зразки флори та фауни, предмети, що становлять інтерес для таких галузей науки, як мінералогія, анатомія та палеонтологія;

- інші рухомі предмети, у тому числі копії, що мають історичне, художнє, наукове чи інше культурне значення, а також узяті державою під охорону як пам'ятки історії та культури.

Таким чином, до культурних цінностей відносяться об'єкти архітектури, живопису, нумізматики, музичні інструменти у тому числі раритетні канцелярські товари та багато іншого.

Культурні цінності – це спеціалізовані активи, яким притаманні специфічні ознаки, що відзначаються відомими експертами, наприклад Володимиром Індутним:

- різноманітність (об'єкти, що належать до культурних цінностей: від скрипки XVI століття до живопису «шістдесятників»);

- унікальність;

- високі транзакційні витрати (рівень транзакційних витрат досить високий може становити 10-50 відсотків від ринкової вартості культурної цінності);

- низька ліквідність (термін експозиції таких об'єктів може суттєво перевищувати 12 місяців під час продажу за ринковою вартістю, проте бувають і винятки. При визначенні ліквідаційної вартості дисконт на такі активи, як картини, може становити від 10 до 80 відсотків);

- «стислість» активу – продовження виробництва об'єктів культурних цінностей: як нових, так і копій. Значимість нових витворів мистецтва невисока, їхня частка на ринку не більше 10 відсотків;

- особливості оподаткування під час ввезення-вивезення. За право вивезення культурних цінностей, створених понад 50 років тому, сплачується мито у розмірі 10 відсотків від їхньої вартості, менше 50 років тому – 5 відсотків від їхньої вартості. За право тимчасового вивезення культурних цінностей державне мито становить 0,01 відсотка від їхньої страхової вартості.

Якщо витвір мистецтва ввозиться безпосередньо власником для особистого використання та проводяться процедури декларування та реєстрації, то в цьому випадку мита та податки не стягуються. Якщо витвір мистецтва ввозиться для здійснення підприємницької діяльності, то у цьому випадку сплачується податок у розмірі 18 відсотків.

Основними ефектами у формуванні попиту на ринку культурних цінностей, є зростання попиту при зростанні ціни, підкреслення статусу потенційного покупця і ефект снобу (небажання наслідувати думку і смаки більшості).

Ринок культурних цінностей багато в чому схожий на ринок елітної нерухомості, їм притаманні багато схожих ефектів. Він позитивно корелює із фондовим ринком, проте є випадки негативної кореляції (як правило, для цінностей найвищої якості, світового рівня).

Криза на ринку культурних цінностей (зниження індексів) проявляється через 6-9 місяців після падіння котирувань на фондовому ринку.

Пропозиція над ринком культурних цінностей не еластично, обмежено, ціна визначається попитом. Як правило, вартість культурних цінностей не знецінюється, а збільшується з часом.

Формами продажу (варіанти ринку) культурних цінностей є аукціон, галерея, ярмарок (арт-ярмарок, художній ярмарок, ярмарок мистецтва тощо), виставка, прямий продаж колекціонером чи спадкоємцем, майстерня художника (автора).

Останнім часом стають популярними інтернет-ярмарки та аукціони.

Аукціонні продажі формують верхню межу вартості культурних цінностей. Інформація про такі угоди є достовірною, ризик несправжності мінімальний.

Реальна ціна, що формується на аукціоні, включає такі складові: молоткова ціна (ціна, за якою лоту продаж); комісійні продавця (виплачуються аукціонному будинку продавцем, віднімаються з молоткової ціни, зазвичай складають 10-20 відсотків від молоткової ціни, іноді нижче), премія покупця (12-25 відсотків від молоткової ціни), податок автору або його спадкоємцям.

Аукціонна ціна – ціна, що відображає остаточно прийняту пропозицію на публічному аукціоні. Вона може включати, так і не включати винагороди та комісії. Молоткова ціна – прийнята і оголошена пропозиція ціни. Естимейт,

або попередня оцінка лота, що продається, зазвичай формується наступним чином: нижня планка естимейту становить 60-70 відсотків від ціни продажу кращої аналогічної проданої роботи автора (бази), верхня планка - 80 відсотків від бази. Резервна ціна, нижче за яку лот не може бути проданий, встановлюється на рівні 75-80 відсотків від нижнього значення естимейту або дорівнює йому.

Один аукціонний продаж не може бути остаточною ціною. Тільки за наявності 7-10 продажів аналогічних (дата створення, якість, розмір) робіт можна говорити про ціни, що сформувалися на конкретні витвори мистецтва автора.

Інформацію про аукціонні продажі можна використовувати під час проведення оцінки культурних цінностей переважно методами порівняльного підходу (методом аналізу ієрархій, методом порівняння аналогічних продажів, трендовим аналізом, шляхом вивчення статистики продажів).

Добрим помічником для оцінювачів є довідник «Єдиний художній рейтинг», який встановлює мінімальні ціни на художні твори двовимірного та тривимірного простору. Галереї та арт-дилери активно ним користуються. Так, коментарі до цінових рекомендацій, даних у довідниках зазначають, що ціни є рекомендованим соціальним мінімумом на роботи тимчасових (діючих та працюючих) художників, при формуванні цін на роботи сучасних майстрів, що рекомендуються, враховуються і ціни антикварного ринку, ціни наведені у доларах США, ціни включають послуги менеджерів та галерей, тобто є підсумковими для покупця незалежно від того, на первинному чи вторинному ринку здійснюється покупка. Отже, питання вартості стосовно оцінки культурних цінностей потребують подальшої розробки.

Перше і основне, з чого треба починати вартісну оцінку культурних цінностей, це впевнитись у їхній справжності. Для вирішення цього завдання необхідно скласти висновок мистецтвознавчої та техніко-технологічної експертизи. Мистецтвознавча експертиза має бути проведена в будь-якому випадку, саме за результатами її проведення встановлюється ім'я майстра,

вона є визначальною відповіддю на питання: «Чи характерна оцінювана робота даному майстру?». Техніко-технологічна експертиза, як правило, коштує дорожче, тому що потребує наявності спеціального дорогого обладнання (мікроскопи, рентген, апарати УФ- та ІЧ-випромінювання, хімічного апробування). Вона йде на додаток до мистецтвознавчої експертизи і засвідчує те, що отримані об'єктивні технологічні дані або суперечать сучасному уявленню про технологічну специфіку твору майстра, часу чи його створення, або, навпаки, суперечать їм.

У мистецтвознавчому експертному висновку, а також в описі об'єкта оцінки обов'язково мають бути зазначені такі пункти: автор; назва; підпис та дата; основа, розмір; техніка; короткі відомості про автора, його характерний стиль, сюжети; коротка історія досліджуваної культурної цінності, провенанс; відомості про аналогічні роботи автора; дані про експерта.

Якщо немає висновку експертизи, достовірність оцінки зводиться нанівець з усіма наслідками. Далі потрібно вивчити надані документи на об'єкт оцінки. Інтерес становлять такі: експертний висновок; науковий паспорт (під час оцінки музейних предметів); договори купівлі-продажу, документи, що підтверджують провенанс (свідоцтво або заяву про справжність витвору мистецтва, підписану уповноваженим органом влади або експертом-мистецтвознавцем, етикетки або ярлики, що свідчать про участь предмета у виставках чи експозиціях, оригінальна квитанція про продаж, фільм або аудіозапис з розповіддю художника про свій витвір мистецтва, звіт про оцінку, проведену уповноваженим органом влади або експертом-мистецтвознавцем, лист-опис чи письмовий висновок від уповноважених органів влади; опис або ілюстрації, опубліковані у друкованих ЗМІ; опис чи ілюстрації, опубліковані у книгах чи виставкових каталогах); договори страхування; свідоцтво про право вивезення з території; довідка про вивезення предметів культурного призначення; митна декларація.

Потім необхідно провести аналіз ринку культурних цінностей і безпосередньо того сегмента, до якого відноситься цінність, що оцінюється. У сучасних умовах існує безліч відкритих джерел, що публікують огляди ринку мистецтва (наприклад ArtInvestment), аукціонні будинки публікують інформацію про продажі (найбільший інтерес представляє інформація аукціонних будинків Sotheby's, Christies, в Росії – «Гелос»). Пошук аналогів здійснюється за розділами (імпресіонізм, старі майстри, російське мистецтво, азіатика, порцеляна, ікони та інші). Галереї, як правило, ціни не публікують, але за бажання їх можна дізнатися. Існує безліч каталогів з антикваріату, онлайн антикварних салонів та магазинів, але до опублікованої в них інформації потрібно ставитись з обережністю. Оцінка ж унікальних цінностей немислима без залучення антикварів і мистецтвознавців.

Також є платні бази з цінами на мистецтво та історією продажів (наприклад artprice.com).

На наступному етапі оцінювач вибирає методи вартісної оцінки в рамках трьох класичних підходів до оцінки: витратного, порівняльного (ринкового) та прибуткового.

Культурні цінності оцінюються завжди окремо, навіть за наявності типових груп.

3.3. Експертиза та атрибуція раритетної канцелярської ручки фірми «Монблан»

Атрибуція – це встановлення авторства, часу й місця створення художнього твору, пам'ятки історії та культури або документа. При цьому дослідники спираються на аналіз стилю, техніки, визначення матеріалу, сюжету, манери тощо, а також залучають додаткові відомості. Чим ширше коло прямих і непрямих даних, тим точніше атрибуція.

Музейна атрибуція передбачає опис предмета музейного значення за певними, встановленими правилами параметрам – ознаками предмета.

Основні вимоги, що пред'являються до атрибуції, - це уміння чітко, ясно, відзначаючи характерні особливості і деталі, без особистісно-емоційного ставлення, та описати предмет, щоб його можна було б уявити не бачивши.

Атрибуція предмета передбачає відображення та опис наступних параметрів: назви предмету; інвентарного номеру, шифру; джерело надходження відомостей; визначення оригіналу або копії; наявність легенди (історія створення, функціонування, знахідка, надходження і т.п.); матеріал; техніку виконання, спосіб виготовлення; розміри (вказуються в сантиметрах; довжина, висота, ширина, глибина, діаметр і т.п.); стилістичні особливості; призначення предмета; час і місце створення (іноді точна дата невідома, тоді і треба зробити власне атрибуцію – встановити дату створення за стилістичними особливостями і непрямими даними); авторської приналежності; соціальної приналежності; етнічної приналежності; належності конкретній особі (важливо для меморіального предмета); збереження.

Так, методика дослідження колекційної ручки фірми Монблан включає такі етапи:

- атрибуцію й датування на основі архівних відомостей та уточнення даних про авторство та час створення пам'ятки;
- аналіз матеріалу, колір, техніки виготовлення;
- формалізований опис структури пам'ятки за розробленою спеціальною методикою;
- опис стану збереженості пам'ятки;
- палеографічний аналіз написів;
- мистецтвознавчий опис;
- складання бібліографії про дану пам'ятку;
- фотофіксація твору

Отже, попередній аналіз пам'ятки дав змогу сформулювати ряд характерних особливостей, притаманних пишучим інструментам.

Так, на особливості виготовлення досліджуваної пір'яної ручки позначився вплив культури Стародавнього Єгипту, хвилі популярності якої ми можемо спостерігати час від часу у літературі та образотворчому мистецтві [Додаток 3, рис. 3.1, 3.2]. Остання примітна хвиля єгиптоманії чергувала за відкриттям гробниці єгипетського фараона Тутанхамона у 1922 році з її неймовірними дорогоцінностями, талісманами та захоплюючою дух золотою маскою для поховання. Поступивши місце Єгипетському відродженню 1920-х років, часто вважається частиною періоду арт-деко. Вплив епохи Відродження був широко розповсюджений у мистецтві і включав у себе меблі та інші предмети хатнього побуту, а також письмові приладдя у доповнення до інтер'єру. Фірма «Монблан», яка активно спостерігає за цими трендами у мистецтві та дизайні, з 1920 року починає виготовляти пір'яні ручки під назвою «Єгиптоманія», та періодично оновлює та модернізує цю лінію [Додаток 3, рис. 3.1]. Так, у 2020 році фірма оновила лінію «Єгиптоманія» та доповнила її коштовними пір'яними ручками Artisan [Додаток 3, рис. 3.8, 3.9, 3.10]. Варто зазначити, що фірма «Монблан» для виготовлення коштовних пір'яних ручок створила спеціальний підрозділ, у якому на сьогоднішній день працює усього 60 осіб, який має назву Artisan Atelier і займається виключно виготовленням ручок з лімітованих колекцій та годинників, що є об'єктами пристрасного колекціонування.

Ательє Artisan було вирішено створити 25 років тому, коли почав зростати попит на дорогоцінні пір'яні ручки з лімітованих колекцій таких як Great Characters, Writers, Patron of arts. Таким чином, у 2001 році ательє Artisan нараховувало 5 осіб, а на сьогоднішній день нараховує 60 осіб. Лише на цьому прикладі можна уявити собі масштаб збільшення популярності колекціонування коштовних пір'яних ручок. Ательє Artisan являє собою особливий підрозділ, у якому всі майстри знаходяться разом в одному приміщенні за столами круглої форми та працюють одночасно, як добре злагоджений швейцарський механізм. В ательє Artisan встановлено найсучасніше та найкраще обладнання як, наприклад, CNC control machine,

але переважна кількість роботи виконується руками. Перші кроки команди починаються зі скетчів – дизайнерських розробок, які являють собою малюнки предметів, що пов'язані з людиною чи подією якій присвячується майбутній шедевр, та самого дизайну пір'яної ручки. Далі майстри виготовляють пластиковий макет на 3D принтері, на якому відпрацьовують та видаляють усі технічні неточності та дизайнерські погрішності. Другим етапом у випадку з Montblanc Heritage Egyptomania Limited edition 72 є виготовлення на станку макету, на якому вручну відпрацьовуються всі деталі, які потім переводяться на зразок з чистого золота.

Коли макет проходить усі тести, калібрувальні машини починають виготовляти деталі, які залишилися для оздоблення коштовної пір'яної ручки. Одним із самих складних етапів у виготовленні золотої пір'яної ручки з серії Montblanc Heritage Egyptomania Limited edition 72 фірми Montblanc є шліфування лаку, яким вона вся вкрита. Це дуже тонка та кропітка робота, яка вимагає особливої уваги, обережності та терплячості від майстра. Процес шліфування лаку виконується лише вручну та може займати до 71 години для однієї ручки, так як лак дуже м'який та крихкий.

При візуальному огляді досліджуваної пам'ятки було виявлено, що пір'яна ручка виготовлена з жовтого золота та срібла та виконана в техніці гравірування, інкрустації, розпису та канфарення. За допомогою цієї техніки на поверхні барелю, який виготовлено з жовтого золота 750 проби та срібла 925 проби та прикрашеного інкрустованим дорогоцінним камінням, створено гравійований лінійний малюнок, штрихи та маленькі узорі, з яких складаються ієрогліфи на барелі ручки та її ковпачку, що являє собою саркофаг зі срібла 925 проби у поєднанні з жовтим золотом 750 проби, на гранях якого викарбовано та замальовано чорним лаком у техніці каліграфії єгипетські ієрогліфи, які перекладаються як назва фірми «Монблан». У саркофазі з пружинним механізмом розміщено ручку з білого золота 750 проби, вкриту майстерно гравійованими малюнками у стилі золотої

погребальної маски Тутанхамона з лаку синього, червоного та чорного кольорів.

При першому візуальному огляді були зроблені висновки, що пам'ятка представляє художній інтерес. Отримати достовірні результати, що підтверджують автентичність досліджуваного твору, а також проведення її атрибуції стало можливим при здійсненні комплексних досліджень та при зіставленні результатів з еталонними аналогами та аукціонними каталогами.

За формою пір'яна ручка представляє саркофаг, який має довжину 15, 5 см та його діаметр у найширшому місці складає 5 см, а в найвужчому – 3 см. Його вага складає 197, 5 гр. Саркофаг має форму восьмикутника з гранями з жовтого золота 750 проби, які чергуються з гранями із срібла 925 проби на якому викарбовано ієрогліфи чорним лаком.

Зовнішня поверхня саркофагу суцільно вкрита гравійованими написами чорного кольору з насічками та ієрогліфами, з прикрасою у вигляді золотого жука скарабея на барелі, інкрустованим ляпіс-лазурином, бірюзою та корнеліаном. Ковпачок барелю прикрашено перламутром, а його головку – бірюзою.

Всередині золотого барелю-саркофагу розміщено пір'яну ручку з білого золота 750 проби, вкриту лаком. Пір'яна ручка створена фірмою фірми «Монблан» у 2021 році та призначалась для письма та колекціонування.

Атрибуція досліджуваного предмета має наступні відомості:

1. Пір'яна ручка призначена для письма та колекціонування.
2. Пам'ятка виготовлена з жовтого золота 750 проби та срібла 925 проби, методом ручного різьблення, декорована вручну у техніці канфарення, та розписана акриловими лаком.
3. Пір'яна ручка зберігається у приватній колекції.
4. Матеріал саркофагу (барелю) – жовте золото 750 проби; срібло 925 проби; корнеліан; бірюза; ляпіс лазур; перламутр (емблема) ;

Ручка з білого золота 750 проби бірюза та лак. Техніка виготовлення – ручне гравірування, інкрустація по лаку, канфарення, каліграфія, декорування – ручний розпис.

5. Розміри ручки по барелю: висота – 15,5 см; діаметр – 5 см у найширшому та 3 см у найвужчому місці;

Колір поверхні барелю – жовте золото та срібло з чорними підмальовками; прикраса жук-скарабей: ляпіс лазур, бірюза, корнеліан ;

6. Пам'ятка має культурну, історичну, етнографічну та колекційну цінність.

Досліджувана пам'ятка була виготовлена фірмою Simple pen company, яка була заснована у 1908 році в Гамбурзі, в Німеччині. Їх першою ручкою була приваблива модель під назвою Rouge et Noir (Червоний і Чорний) через те, що це була безпечна BHR (Black Hard Rubber-чорна тверда гума) ручка з великим червоним верхом.

На створення досліджуваної коштовної ручки з серії Monblanc Heritage Egyptomania Limited edition 72 фірму «Монблан» надихнула культура Стародавнього Єгипту, Древньоєгипетський Бог письма Тоф та посмертна золота маска Тутанхамона – давньоєгипетського фараона XVIII династії, що (правив у 1333 – 1324 до н. е.), гробницю якого було знайдено абсолютно цілою у 1920 році. Ця вишукана золота пір'яна ручка із колекції Monblanc Heritage Egyptomania Limited Edition 72 є даниною Давньоєгипетському фараону Тутанхамону та його легендарній золотій посмертній масці, яка відображена детально у багатьох виданнях. Загальний дизайн саркофага й авторучки натхненний формою погребальних саркофагів царів та цариць Стародавнього Єгипту. Він щільно зачинений застібкою-скарабеем та забезпечує захист авторучки з білого золота, інкрустованою бірюзою та візерунками з лаку, від пошкоджень.

Особливість формотворення даного приладу для письма – ручки полягає також в оригінальності техніки її створення. Золоте перо має джину 18 мм. Поверхня ручки інкрустована ієрогліфами з чорного та кольорового

лаку, перламутру та дорогоцінного каміння, що доповнює та додає особливої авторської майстерності. Також велику роль відіграє кількість пір'яних ручок, до серії якої вона входить (72), її серійний номер, та рік походження, що визначає її «рідкісність» на колекційному ринку.

Пір'яна ручка Montblanc Heritage Egyptomania Limited Edition 72 номер пір'яної ручки 17 (Додаток , рис. 3.1; 3.2). Ковпачок ручки Montblanc Heritage Egyptomania Limited Edition 72 (Додаток , рис. 3.5) розміром 7 см вагою 70 гр., виконаної з білого золота та срібла, з розписом єгипетськими ієрогліфами з чорного лаку. На наверші ковпачок вінчає фірмовий логотип компанії у вигляді білої шестикутної зірки з перламутру із закругленими кінцями (засніженої вершини Монблан) та візерунками з бірюзи у вигляді смужок з бірюзи, які розташовано по колу, так що вони утворюють сонце (Додаток , рис. 3.5). Навершя до ковпачку кріпиться золотим гвинтом зсередини. Саркофаг ручки має довжину 15,5 см, діаметр у найширшому місці 5 см, а в найвужчому – 3 см. Вага ручки у зібраному вигляді складає 197,5 гр. Вона має форму восьмикутника з гранями з жовтого золота 750 проби, які передуються з гранями зі срібла 925 проби, на якому викарбовано ієрогліфи чорним лаком. Вперше в історії фірми «Монблан» було перекладено її власну назву на ієрогліфи і розписано ними грані саркофагу. Якщо надписи перекладати буквально вони звучать як «біла кам'яна гора». На зовнішній стороні ковпачку закріплено прикрасу у вигляді жука-скарабея, який вважався священним у Стародавньому Єгипті загальний діаметр цієї прикраси складає 12 см. Голову та тіло жука виготовлено з 17-каратного золота та ляпіс-лазурі вагою 12,5 К, у задніх лапках, які виготовлено також з 17-каратного золота він тримає бірюзу вагою у 1,5 карат; в передніх – корнеліан вагою у 3,5 карат. При одночасному натисканні на застібки з золота 750 проби, що прикрашені бірюзою та корнеліаном, його можна відстібнути і в такому разі барель неможливо буде відчинити. Протилежний кінець барелю прикрашено бірюзою вагою у 5 карат. Барель можна

відчинити натиснувши на застібку-бірюзу, яку скарабей тримає у задніх лапах та одночасно прокрутивши барель.

При натисканні на застібку з бірюзою, що знаходиться у нижній частині скарабея, саркофаг відчиняється та з нього виїжджає пір'яна лакована ручка з білого золота 750 проби довжиною 13 см та вагою у 46 гр., довжина пера з білого золота 750 проби складає 1,8 см. Ручка вкрита візерунком зі смужок блакитного, червоного та бірюзового кольорів, що чередуються. Візерунок нагадує погребальну маску фараона Тутанхамона XVIII династії, що правив у 1333 – 1324 до н. е. Матеріал-лак, навершя ручки виготовлено, як і всю ручку з білого золота 750 проби та прикрашено бірюзою у формі кола розміром у 1,5 карат. Плавне «виїждження» ручки забезпечується пружинним механізмом, що розташовано у ковпачку барелю, що являє собою форму саркофагу. На пері, крім орнаментального візерунка по периметру на золотій поверхні є такі написи: 4810 (висота гори Монблан) та викарбовано орнаментовані скіпетр та цеп Тутанхамона (Додаток 3, рис. 3.7). Дата випуску ручки – 2020 рік, приблизна вартість – від 60 до 85 тисяч євро.

Висновки до третього розділу

Одним з найважливіших етапів роботи з будь-яким антикварним виробом є експертиза та атрибуція. За результатами техніко-технологічної експертизи виробів з дорогоцінним оздобленням, таких як пір'яні ручки фірми Монблан, можна встановити приблизний вік речі, техніку за допомогою якої був створений предмет, стиль виконання фірми-виробника, чи окремого майстра, що може підтвердити аутентичність чи виявити фальсифікат.

Немаловажним є визначення оціночної вартості вишуканих канцелярських виробів в умовах сучасного антикварного ринку. Проведений аналіз ринку культурних цінностей і безпосередньо того сегмента, до якого

відносяться раритетні пір'яні ручки фірми Монблан показали, що в сучасних умовах існує безліч відкритих джерел, що публікують огляди ринку мистецтва (наприклад ArtInvestment), які аукціонні будинки надають інформацію про продажі антикваріату.

Вишукані предмети канцелярії, у виготовленні яких були застосовані дорогі матеріали, привертають особливу увагу, адже вони представляють не тільки історичну, естетичну цінність, а й матеріальну. Коштовне каміння, золото, срібло все ще одними з найбільш дорогих матеріалів. Ювелірні прикраси в усі часи були предметами особливого статусу, розкішшю, час від часу потрапляють до експертів, які повинні визначити художню цінність, а в ряді випадків і ринкову вартість, якщо річ йде на продаж. Тому для проведення професійної атрибуції та експертизи застосовуються дослідження на сучасних техніко-технологічних приладах у лабораторних умовах.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє сформулювати ряд положень, які підтверджуються наявністю раритетних канцелярських товарів відомої європейської фірми «Монблан» 1992-2021 рр. В результаті вивчення історії фірми та окремих виробів, був отриманий матеріал, аналіз якого дозволив зробити наступні висновки.

1. Дослідження історіографії та стану розробленості обраної тематики засвідчило, що дана проблема розглядалася досить широко, але ряд питань, пов'язаних з дослідження раритетних канцелярських товарів фірми «Монблан» залишилися мало розробленими. Виявлені матеріали обмежуються відомостями лише історичного та етнографічного характеру. Недостатня

кількість інформації висунула необхідність створення наукового дослідження для виявлення ролі ювелірних виробів у створенні сучасного бренду письмових приладів з ювелірним оздобленням.

Розглядаючи джерельну основу дослідження, що складають зразки раритетних канцелярських виробів, виготовлених фірмою «Монблан» було вивчено колекції європейських музеїв 1992-2021 років, а саме: перші легендарні пір'яні ручки, кулькові та ролери, оригінальної та унікальної роботи годинники, ювелірні вироби, вироби зі шкіри (портфелі, органайзери, портмоне, візитниці, блокноти, ремені) та запонки. Крім того, досліджувались раритетні ручки, оздоблені коштовним камінням з ювелірними вставками.

Теоретико-методологічна основи магістерської роботи побудовані на поєднанні прийомів комплексного підходу, направлено на визначення сучасних методів і методик дослідження раритетних канцелярських виробів фірми «Монблан». У процесі теоретичних досліджень з'ясовано основні принципи сучасного наукового підходу до проведення атрибуції та мистецтвознавчої експертизи окремих раритетних канцелярських виробів та намічено шляхи проведення експертизи для визначення шляхів досягнення більш достовірних результатів в експертних висновках.

Загалом, огляд проблематики досліджень раритетних канцелярських виробів фірми «Монблан» виявив широке коло відкритих питань і перспектив щодо спроб їхнього вирішення.

2. Проведене узагальнення та структурування матеріалу, що накопичено у вітчизняному та зарубіжному мистецтвознавстві з питання формування й розвитку елітних канцелярських виробів зазначеного періоду показало, що тема колекціонування перових ручок з дорогоцінним оздобленням являється майже невичерпною, так як за останні десятиліття почала набирати обертів та стає більш та більш популярною у країнах Західної Європи та світу. Найшвидшим темпами ринок колекціонування перових ручок з дорогоцінним оздобленням розвивається та масштабуються

у країнах ОАЄ та Азії. Асортимент пишучих приладів постійно оновлюється новими зразками та вони під час є справжніми витворами декоративно-прикладного та ювелірного мистецтва. З усього різномаїття марок пишучих інструментів на наш час безумовним лідером серед поціновувачів та колекціонерів є фірма «Монблан». Яка постійно оновлює та вдосконалює лінії лімітованих пишучих інструментів такі як : Patron of Art, Writers Edition, Special Theme Edition, Annual Edition, Donation series та America's Signatures for Freedom, Montblanc's High Artistry collection.

3. Виявлені етапи виготовлення та методи роботи майстрів фірми «Монблан», які займались виготовленням пір'яних ручок з дорогоцінних металів та коштовним оздобленням дали змогу окреслити що Montblanc створив спеціальний підрозділ в компанії під назвою Atelier Artisan у 1996 році, коли ательє починало свою роботу у її штаті нараховувалось усього 5 співробітників. Проте, на сьогоднішній день кількість співробітників розширилася до 60-ти чоловік. Atelier Artisan займається виключно годинниками та ручками з лімітованих колекцій усі майстри знаходяться разом в одному приміщенні ,та працюють дуже злагоджено. Їх робота починається з подання дизайнерських замальовок з головного дизайнерського офісу, що знаходиться у Парижі. Потім майстри виготовляють макет на 3D принтері та відпрацьовують на ньому всі недоліки вручну. Згодом, коли усі недоліки відпрацьовано та усунуто, майстри виготовляють макет з того матеріалу з якого буде виготовлятися ковпачок та барель майбутньої ручки. Коли усі недоліки буде усунуто, калібровочні машини починають виготовляти інші деталі оздоблення майбутньої ручки.

4. Простежені творчі еволюційні напрямки оригінальних ручок фірми «Монблан» 1992-2021 рр. розкрили вишуканість та цінність цих канцелярських виробів в умовах сучасного антикварного ринку. Проведений аналіз ринку культурних цінностей і безпосередньо того сегмента, до якого відносяться раритетні пір'яні ручки фірми Монблан показали, що в сучасних

умовах існує безліч відкритих джерел, що публікують аукціонні будинки та надають інформацію про продажі антикваріату.

5. Проведена атрибуція та експертне дослідження автентичної ручки фірми «Монблан» з приватної колекції відобразила високу майстерність майстрів мануфактури Atelier Artisian, виявила бездоганність роботи та довела, що пір'яні ручки фірми Monblanc відрізняються чіткою стильовою направленістю та мають градацію по періодам. А також, безумовно, висвічують ту, чи іншу історичну постать, важливу подію або епохальне явище.

ЛІТЕРАТУРА

1. Артюх Т. М. Діагностика та експертиза коштовностей: Підручник. К.: КНТЕУ, «Альтерпрес», 2003.
2. Артюх Т. М. Експертиза дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння: Навч. посіб. К.: КНТЕУ, 2016
3. Артюх Т. М. Товарознавча експертиза ювелірних коштовностей. Теорія та практика. Монографія. К.: КНТЕУ, 2005. 305 с.
4. Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры /пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. М.: Республика: Культурная революция, 2006. 268, 1. с.
5. Бойетт Д. Гуру маркетинга. М.: ЭКСМО, 2004. 320 с.
6. Беккер М. Мир металла. М., 1980. 150 с.

7. Белецкая О. Основы мастерства коллекционирования: справочник начинающего коллекционера. СПб.: Славия, 2011.
8. Бреполь Э. Теория и практика ювелирного дела: Пер. с нем. /Под ред. Л.А. Гугова и Г.Т. Оболдуева. 4-е изд. Л.: Машиностроение, Ленингр. отд-ние, 1982.-384 с., ил.
9. Борисов Б. JL Технологии рекламы и PR: учеб. пособие. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. 624 с.: ил.
10. Брылева Л. Г. Самореализация личности. СПб.: СПбГАК, 1997. Деп. в НИО Инфракультура Рос. Гос. б-ки, № 3142 от 29.09.1997.-136 с.
11. Бурцев А.К., Гуськова Т.В. Драгоценные камни. М.: Примат, 1992.
12. Венецкий С.И. Рассказы о металлах. М.: Metallургия, 1970. 287 с.
13. Воронов Н.В. Российский дизайн. М.: Союз дизайнеров России, Т. 2. 383 с.
14. Воронов Н. В., Шестопап Я. Е. Эстетика техники. Очерки истории и теории. М.: Сов. Россия, 1972. 176 с.
15. Воронов Н.В. Суть дизайна. 56 тезисов русской версии понимания дизайна. М. Дизайн, 2002. 24 с.
16. Брюханова Н. В. Брендинг: история, современность и перспективы // Сибирская финансовая школа. 2008. №1 (январь-февраль). С. 58-61.
17. Бутина-Шабаль С. Л. От мифа к вероучению. М.: Фирма «Интерпракс», 1993. 124 с.
18. Веселов Ф. Н. Роль доэкспертного документального исследования памятника в музейной атрибуции ювелирных произведений конца XIX–начала XX в. Вопросы музеологии 1 (7). 2013.
19. Веселов С. В. Маркетинг в рекламе. М.: Между-нар. ин-т рекламы, 2002. 316 с.
20. Винсент Л. Легендарные бренды: раскруч. реклам, мифы, в которые поверил весь мир / Лоуренс Винсент; пер. с англ. Т. Новиковой. М.:

21. Витгенштейн Л. Философские исследования // Философские работы. 4.1.: пер. с нем. / сост., вступ. ст., примеч. М. С. Козловой. М.: Гнозис, 1994. С. 75-319.
22. Гнедич П. П. История искусств. М.: ЭКСМО, 2002. 844 с.
23. Головин В. А., Ульянова Э. Х. Свойства благородных металлов и сплавов. М.: Металлургия, 1964. 188 с.
24. Гутов Л. А., Никитин М. К. Справочник по художественной обработке металлов. СПб.: Политехника, 1995. 436 с.
25. Гольдберг Т., Мишуков Ф. Я., Платонова Н. Г., Постникова-Лосева М. М. Русское золотое и серебряное дело XV–XX вв. М.: Наука, 1967. 350 с.
26. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. М.: Альпина бизнес букс, 2007.
27. Джудит Миллер. Антиквариат. Каталог цен 2004-2005. М.: АСТ-Астрель, 2004.
28. Дронова Н. Д. Оценка стоимости ювелирных изделий и драгоценных камней: Учеб. пособие. М.: Дело, 2001. 296 с.
29. Индутний В. В. Оцінка пам'яток культури. К.: СПД Моляр С.В., 2009
30. Искусство скани. М.: Изобразительное искусство, 1987.
31. Ковалева Л. А., Крайнов С. Н., Куманин В. И. Материалы ювелирной техники. М., 2000. 128 с., 19 цв. ил.
32. Кальницкий М., Сидоренко В. Б. Бизнес и бизнесмены. Кн. I. К.: 2011. 240 с.
33. Ковалинский В. В. Мecenаты Киева. К.: Кий, 1998. 528 с.
34. Кальницкий М., Сидоренко В. Б. Бизнес и бизнесмены. Кн. I. К.: 2011. 240 с.
35. Кособоков, В. Н. Школьно-письменные и канцелярские товары. Учебник для проф.-техн. училищ, М.: «Экономика», 1971. С. 28-34.
36. Кофанова О. С., Кофанов А. В., Кобилянський О. Л. Експертиза виробів з коштовних металів. Методичні рекомендації. КНУВС. Київ, 2010.

37. Клер Филлипс. Ювелирное искусство: от средних веков до наших дней. Москва, Азбука-Аттикус, 2019. 224 с.; ил.
38. Новікова К. В., Міщенко І. І., Солодовніков І. В. та ін. Методика мистецтвознавчої експертизи (загальна частина). Київ: ДНДЕКЦ МВС України, 2019. – 73 с.
39. Кофанова О. С., Кофанов А. В., Кобилянський О. Л. Експертиза виробів з коштовних металів. Методичні рекомендації. КНУВС. Київ, 2010.
40. Клер Филлипс. Ювелирное искусство: от средних веков до наших дней. Москва, Азбука-Аттикус, 2019. 224 с.; ил.
41. Марченков В. И. Ювелирное дело: Практическое пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Высшая школа, 1992. 256 е., ил.
42. Мастера ХХІ века. М.: Бук Хаус, 2004. 192 е., ил. (Золотой блеск эпохи).
43. Международные стандарты оценки. /пер. с англ. И. Л. Артеменкова, Г. И. Микерина, Н. В. Павлова. М., 2007.
44. Методика художественного конструирования /Под ред. Ю.Б.Соловьева. М.: ВНИИТЭ, 1978.
45. Новиков В. П., Павлов В. С. Ручное изготовление ювелирных украшений. Л.: Политехника, 1991. 208 с., ил.
46. Новікова К. В., Міщенко І. І., Солодовніков І. В. та ін. Методика мистецтвознавчої експертизи (загальна частина). Київ: ДНДЕКЦ МВС України, 2019. 73 с.
47. Поляков М. Экспертиза антиквариата: введение в предмет. Рига, 2011. С. 64–65
48. Постникова-Лосева М. М. Золотое и серебряное дело XV-XX вв. М.: Наука, 1983. 372 с.
49. Рамазанова Р. У. 10 уроков филиграни. М.: Профиздат, 1998. 152 с.
50. Романова Н. М., Александрова М. А., Михайлова Є. А., Фомічова Н. М. Експертиза, оцінка та страхування музейних предметів: питання теорії та практики. СПб. : Видавництво «Нестор-Історія», 2011. С. 58-59.

51. Рид, П. Дж. Геммологический словарь: Л.: Недра, 1986. - 287 с.
52. Соколова М. П. Металлы в дизайне. М.: МИСИС, 2003. 167 с.
53. Солодова Ю. П. Определитель ювелирных и поделочных камней: Справочник. М.: Недра, 1985.
54. Сомов Ю. С. Композиция в технике. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Машиностроение, 1987. - 288 с., ил.
55. Сучков Д. И. Медь и ее сплавы. М.: Metallurgy, 1967. 215 с.
56. Тамойкин М. Ю., Тамойкин Д. М. Экспертиза стоимости предмета коллекционирования: Универсальный метод определения расчетной рыночной стоимости любого предмета коллекционирования (метод ТЭС). Вильнюс: Tamoiikin Inc. (Canada), 2005.
57. Тамойкин Д. М., Тамойкин М. Ю. Опыт практического пользования Методом ТЭС по оценке антиквариата в качестве единого международного стандарта // НП СМАО Оценочная деятельность – бюлетень некоммерческого партнерства «Саморегулируемая межрегиональная ассоциация оценщиков». 2006. № 3.
58. Телесов М. С., Ветров А. В. Изготовление и ремонт ювелирных изделий. М.: Легпромбытиздат, 1986.
59. Ухин С. В. Художественная обработка металлов. М.: ООО «Издательство АСТ»; Донецк: «Скарлетт», 2003. 283 с., ил.
60. Шуман В. Мир камня. Горные породы и минералы. Т. 1. Москва, 1986.
61. Антикварно-аукционный Дом Гелос. Экспертиза и оценка антиквариата. URL: <http://www.gelos.ru/consulting/MAI-Gelos-Inet.htm>. (Дата звернения: 19.10.2021 г.).
62. Montblanc – история бренда. URL: <https://www.brandpedia.ru/brand-1032.html>. Дата звернения 19.10.2021.
63. Холтен Клаус «Montblanc в Дании». URL: www.yopens.com. Дата звернения 12.10.2021.

64. Юткіна Ю. Що таке антикваріат? Визначимося в поняттях. URL: <http://www.artcons.ru/press/personalmoney.html> (Дата звернення: 10.09.2021 р.).

65. Единый художественный рейтинг. URL: <http://rating.artunion.ru> (Дата звернення: 10.09.2021 р.).

66. Collectible Stars Montblanc writing instruments from 1946 until 1979, January 2001.

ДОДАТКИ

Додаток 1

ВИДАТНІ ІСТОРИЧНІ ОСОБИСТОСТІ ФІРМИ МОНБЛАН



Рис. 1.1. Засновники фірми Монблан, 1908 р.



Рис. 1.2. Штаб-квартира фірми Montblanc в Гамбурзі, де об'єднані адміністративні, дизайнерські та виробничі підрозділи фірми. 1990 р.

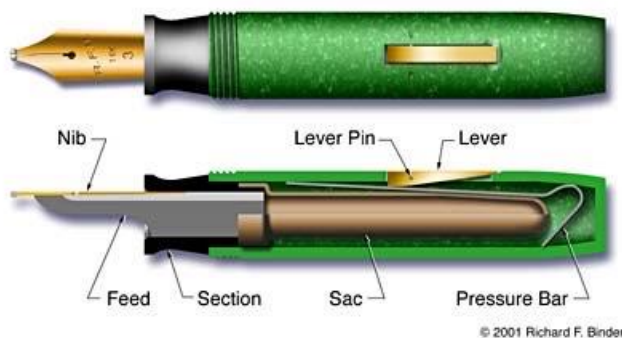


Рис. 1.3. Схематичне зображення першої авторучки.

Додаток 2

ВИРОБИ ФІРМИ МОНБЛАН



Рис.2.1. Еволюція пір'яних авторучок фірми Монблан.



Рис. 2.2. Montblanc Patron of the art Homage to Napoleone Buonaparte 888



Рис.2.3. Montblanc Patron of Art Homage to Napoleone Buonaparte 4810



Рис.2.4. Montblanc Patron of art Homage to Napoleone Buonaparte limited edition 92



Рис.2.5. Montblanc Patron of Art Homage to Napoleone Buonaparte Limited Edition 8



Рис.2.6. Перо Meisterstück фірми, з гравіруванням числа 4810 – висоти гори Монблан та символу найвищої якості.



Рис.2.7. Легендарна пір'яна ручка Meisterstücks 1952 року.



Рис.2.8. Пір'яні ручки Meisterstücks 1952 року.



Рис.2.9. Ручка Meisterstück Solitaire Royal, інкрустована 4810 діамантами, що стала найдорожчою пір'яною ручкою у світі, 1995.



Рис.2.10. Чоловічі ювелірні вироби фірми Montblanc з дорогоцінних металів «Meisterstück Jewelry», яка гармонійно доповнила колекцію інструментів «Meisterstück». 1997 р.



Рис.2.11. Нова колекція Montblanc «Star Walker» – інструменти для молодих поціновувачів, 2004 р.



Рис.2.12. Колекція Montblanc з інкрустацією та гравіруванням , 2004 р.

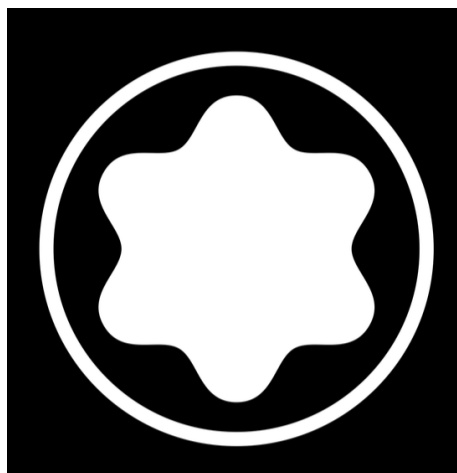


Рис.2.13. Фірмовий знак фірми Монблан.

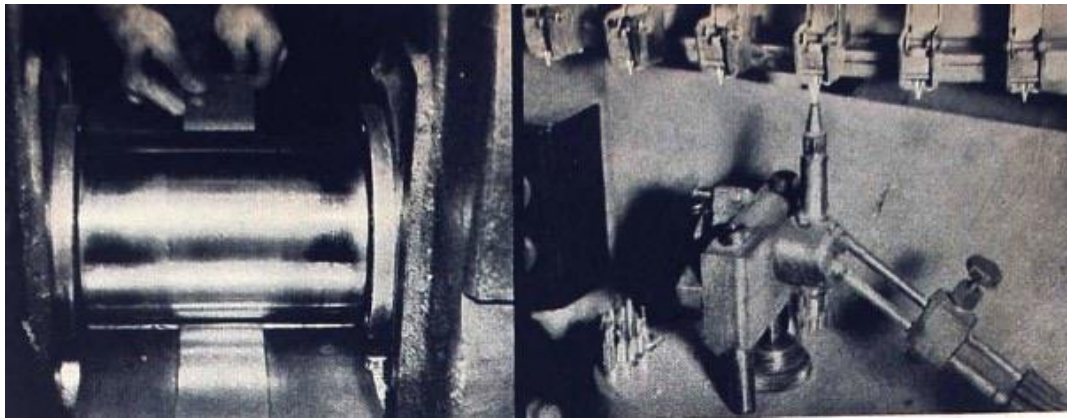


Рис.2.14. Виробниче обладнання фірми.

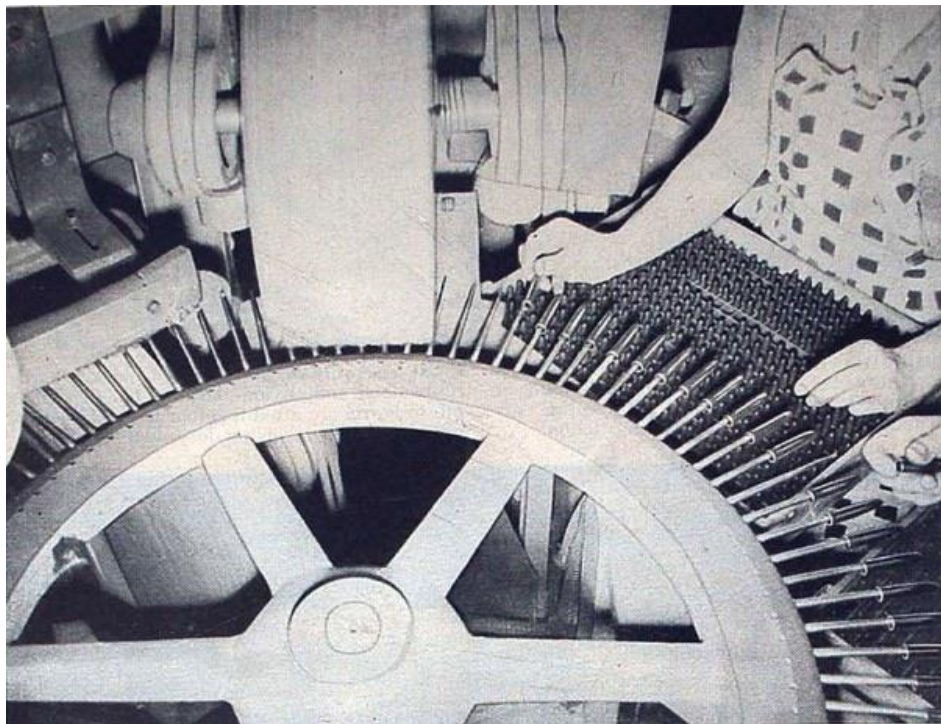


Рис.2.15. Виробниче обладнання фірми – конвеєр.



Рис. 2.16. Лекс Віллінес (Lex Villines). Хронологія розвитку моделі Montblanc Meisterstück 149.

РАРИТЕТНІ ПІР'ЯНІ РУЧКИ ФІРМИ МОНБЛАН



Рис.3.1. Пір'яна ручка фірми Montblanc «Єгиптоманія» 1920 р.



Рис 3.2. Коштовна пір'яна ручка фірми Montblanc «Єгипетоманія», обмежена версія «Фараон» 1.



Рис 3.3. Висока художня спадщина Montblanc, Єгипетоманія, обмежена версія «Фараон» 1.



Рис 3.4. Коштовна пір'яна ручка фірми Montblanc, Єгипетоманія, Скарб лімітована версія 1.



Рис 3.5. Коштовна пір'яна ручка фірми Montblanc, Висока художня спадщина Єгипетоманія, лімітована версія 5 «Фараон»



Рис.3.6. Лімітована версія пір'яної ручки фірми Монблан, випуск 72.



Рис.3.7. Єгипетська спадщина Montblanc, лімітований випуск пір'яна ручка лімітована серія 72.



Рис.3.8. Єгипетська спадщина Montblanc, лімітований випуск коштовної пір'яної ручки 5 (інша версія).



Рис.3.9. Ковпачок коштовної пір'яної ручки Montblanc «Єгиптоманія», лімітований випуск 72.



Рис.3.10. Барель коштовної пір'яної ручки Monblanc «Єгиптоманія» лімітованого випуску 72



Рис.3.11. Коштовна пір'яна ручка Monblanc «Єгиптоманія», лімітований випуск 72, довжина 18 см.



Рис.3.12. Коштовна пір'яна ручка Monblanc «Єгиптоманія» лімітований випуск 72 у гравірованому футлярі



Рис.3.13. Коштовна пір'яна ручка Monblanc «Єгиптоманія» 72 гравірованому футлярі (загальний вигляд).



Рис.3.14. Коштовна пір'яна ручка Montblanc «Єгиптоманія» лімітований випуск 10 у гравірованому футлярі (інша версія).



Рис.3.14. Коштовна пір'яна ручка Montblanc «Єгиптоманія» лімітований випуск 1 з гравірованим та інкрустованим футляром.



Рис.3.15. Коштовна пір'яна ручка Montblanc «Єгиптоманія» лімітований випуск 1 з гравірованим футляром.



Рис.3.16. П'яні ручки Montblanc «Єгиптоманія» лімітований випуск 1 у гравірованих та інкрустованих футлярах.



Рис.3.17. Пір'яна ручка Monblanc «Єгиптоманія», гравійована, виготовлена із золота з золотим пером лімітована серія 10.



Рис.3.18. Золота маска фараона Тутанхамона

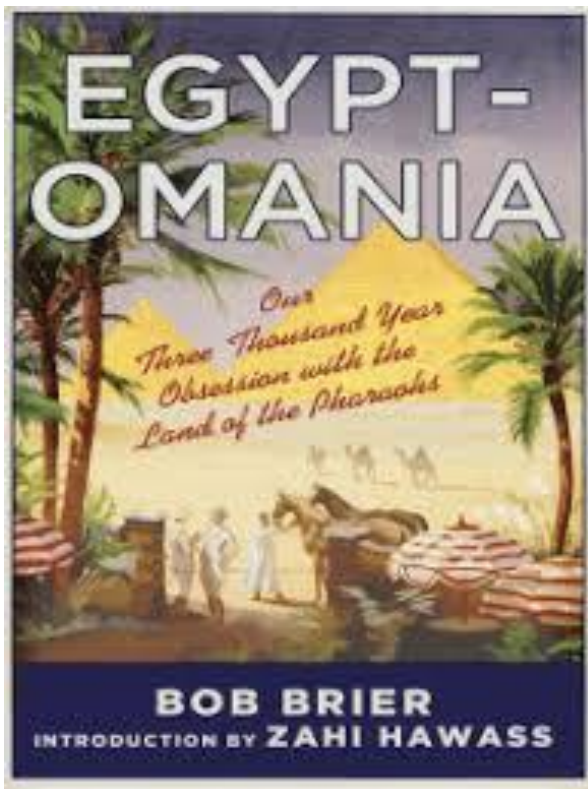


Рис.3.19. Рекламні афіши

LU ou SYSTÈME de Musique des CHINOIS.

1^{re} Manne altéré par notes d'un Gamma majeur
2^{de} Manne altéré par notes d'un Gamma majeur

	104 976	128 008	139 088	157 464	177 447
	Soł x	La x	Ut x	Re x	Mix
<i>Separamenti's</i>	400	450	540	600	675
<i>Separamenti de 2 Gamma maj.</i>		2 Gamma maj.	2 Gamma maj.	2 Gamma maj.	2 Gamma maj.
<i>Et par rapport à 48</i>	48	54	64	72	81

Relativement à l'application que l'on peut faire de cette Gamme à l'été voir Pl. III. Fig. 4.

3.20. Музично-Історична п'єса Єгиптоманія, 1650-1950 pp.