



## ХУДОЖНЯ ЦІННІСТЬ І ЗАХИСТ ВІД ПІДРОБОК КОШТОВНИХ ПАПЕРІВ

*Челомбітько В.Ф.*

*Харківський національний університет радіоелектроніки*

Дизайн цінних паперів до цього часу не має певного визначення, але ж це є окремим напрямком графічного дизайну. Цінні папери цінні не тільки своїми номіналами. Проектування і виробництво цінних паперів вимагає свого дослідження і вдосконалення. *Метою* роботи є аналіз аксіологічної цінності коштовного паперу як поняття суспільного і державного значення.

Цінний папір має не лише безпосереднє практичне значення, а й *художню цінність* як твір прикладної графіки малих форм. Художня цінність – одна із специфічних властивостей цінного паперу. Вона оцінюється поряд із вартістю виготовлення виробу та його власною матеріальною ціннісною вартістю, оскільки категорія якості виступає і як міра споживчої вартості товару. Цінні папери, емоційно впливаючи на людину через зорове сприйняття, здатні викликати широкий спектр вражень, які переростають у ставлення – від захоплення до його цілковитого неприйняття. Художній виріб, виконаний відповідно до передбаченої виробничої технології, неминуче стає носієм певних характерних для нього естетичних властивостей. Процес творчості художника-дизайнера лежить через формування ідеї виробу у вигляді певного художнього образу, що може бути більш або менш цінним для інших людей.

Під час втілення творчого задуму художник-дизайнер користується технічними засобами відображення проекту цінного паперу на папері і засобами втілення його в матеріалі. Підготовлений макет подається художником-дизайнером на критичний розгляд і аналізується за рядом щільно пов'язаних між собою окремих питань: відповідність форм і матеріалів певному виробу, його призначенню, надійності і довговічності; відповідність форм і матеріалу гігієнічним вимогам; художнє оформлення або композиція цінного паперу, естетичні показники; технічна майстерність; якість виконання тощо [1]. Оцінка художньої цінності виробів значною мірою має суб'єктивний характер і багато в чому залежить від рівня знань і практичного досвіду експерта.

Виникнення і розповсюдження цінних паперів призвело до необхідності естетичного оформлення цих виробів, тобто вирішення задач формоутворення, композиції і підбору кольорової гами.

Одночасно з'являється задача захисту від підробок і фальсифікації цінних паперів. Принципово підробити можна будь-який найдосконаліший продукт — абсолютного захисту не буває. Але вартість підробки, що перевищує економічний ефект від її застосування, робить фальсифікацію нерентабельною.

Саме тому методи захисту мають забезпечити умови недоцільності фальсифікації. Форми захисту поділяються на три групи: оголошені, сертифіковані і приховані. Оголошені форми захисту наявні і присутні безпосередньо на поліграфічному продукті. Сертифіковані форми захисту відомі тільки учасникам контрольованого оточення, описані в сертифікаті, що



передається замовнику, як і методи їх ідентифікації. Приховані форми захисту використовуються виробником захищеної продукції без опису їх замовнику і можуть бути ідентифікованими тільки в умовах професійного оточення (експертних лабораторіях).

Найпоширеніша помилка при виборі форм захисту — вибір якої-небудь однієї форми. Повноцінний захист продукту полягає саме в оптимальному використанні комбінації всіх трьох форм захисту [2].

Розглянемо поліграфічний захист. Поліграфічні методи захисту розподіляються за п'ятьма напрямками: 1) дизайн (спеціальні дефекти, контрольні і штрихові коди, гільоширні елементи, мікротекст, спеціальні лінійні растри, об'ємний ефект, приховані зображення), 2) використання спеціального паперу (водяні знаки, кольорові волокна, металізовані смужки, флуоресцентні частки, хімічні реактиви), 3) технологія кольорового друку (орловський, ірисовий, металографський, офсетний, глибокий, сухий офсет), 4) підбір фарби (використання в складі фарб люмінофорів, інфрачервоних, магнітних матеріалів, металізовані, невидимі фарби, фарби, що змінюють колір від температури, випромінювань), і 5) здійснення спеціальної обробки готового виробу (конгревне або блінтове тиснення, припресування фольги, голограм, нумерація і персоналізація, висікання і просікання, ламінування).

Графічні елементи — окремі складові частини поліграфічного оформлення коштовних паперів, що мають певні індивідуальні властивості щодо графічного виконання. Такими елементами в коштовних паперах є гільоширні набірні рамки, орнаменти та інші засоби декору [3].

Гільош, тобто геометричний візерунок у вигляді розеток, сіток, бордюрів, віньеток та інших елементів, що складаються з багатьох тонких мереживних ліній, заданих математичними формулами, є найпоширенішою формою захисту на стадії дизайну і одночасно прикрасою цінних паперів.

Гільош може бути симетричним і асиметричним, покривати частину документа або всю його площу. Причому більша частина повинна містити багатоколірні гільоширні композиції.

Тому актуальною буде розробка способу кодування дизайну візерункових кривих цінних паперів, зручного для тиражування, й такого, що очікувано складно піддається підробкам.

Розгляд вимог щодо властивостей і захисту від підробок цінних паперів вказав на значну роль у їх образно-художньому оформленні художника-дизайнера. Аксиологія їх лежить у комунікативній значущості і художній образності, що разом створюють певні поняття суспільного і державного значення.

1. *Кимберли, Элам.* Геометрия дизайна. Пропорции и композиция. – / Э. Кимберли / СПб. : Питер, 2011. – 109 с.

2. *Корочкин, Л.С.* Системы защиты и идентификации ценных бумаг / Л.С. Корочкин / НТУП “Криптотех”, Минск, 2003. – 110 с.

3. *Яцюк, О. Г.* Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама / О. Г. Яцюк О. Г., Э. Т. Романычева. – СПб. : БХВ-Петербург, 2001. – 432 с.