



УДК 76.01:621.798.1:004.9

ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ ПАКУВАННЯ

ГАНОЦЬКА Ольга

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Україна
olga.5ganotskaya@gmail.com

Протягом всієї своєї історії дизайн дуже тісно перетинався із повсякденним життям та культурою людства. Дизайн у широкому розумінні – осмислення та проектування предметів людиною. Розуміння непростої історії дизайну потребує ще й знань саме процесу проектування з його постійним вдосконаленням. Продукти дизайну надають можливість досягнути індивідуальні особливості дизайнера та зрозуміти, які саме його / її взаємовідносини з дизайнерським проектом, споживачем та суспільством в цілому. До особливостей сучасного графічного дизайну можна віднести такі: помітна, цілеспрямована рекламність, загальнозрозумілість і оригінальність образів, функціональність простору. Все це поєднується з прагматичним і в той же час новаторським підходом до проблем комунікації.

Ключові слова: *дизайн пакування, традиції, новації, візуальні комунікації.*

ВСТУП

«Сьогодні термін «дизайн» став культовим та міцно закріпився у сучасному лексиконі. Філософія дизайну і дух проектної культури пронизує різноманітні сфери життя суспільства та побут кожного з нас» [1, с. 7]. Особливе місце у практиці дизайну візуальних комунікацій займає дизайн упаковок, проектування якої завжди пов'язано з урахуванням вимог функціональної надійності та зручного використання, економією матеріалу, технологією виготовлення, а також виразного графічно-пластичного рішення. Дизайн упаковки як різновид дизайну візуальних комунікацій знаходиться ніби на межі графічного та промислового дизайну, оскільки тут присутні об'ємні форми. Швидкий розвиток таропакувальної промисловості у світі супроводжується широким розповсюдженням інформації про сучасні досягнення у виробництві таропакувальних матеріалів, нових видів упаковки, способів друку, оформлення упаковок і вітрин-прилавоків, виставок устаткування, довідкових відомостей про підприємства, які випускають продукцію, а також рекламу. Найнадійніший критерій в оцінці дизайну упаковки – його відповідність своєму призначенню, але і цей критерій змінюється



залежно від обставин і часу. Спектр сучасного дизайну дає уявлення про динамізм і зміни в цій галузі.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

У загальних рисах процес дизайну упаковки включає постановку задачі, визначення ситуації або проблеми, на яку ця задача орієнтується, виявлення обмежень, використання графічних засобів для створення наочних форм, які можна моделювати. В умовах масового виробництва товарів дизайн часто визначає вибір. Люди можуть вибирати тільки з того, що існує, що вже спроектовано. Обраний товар продається в спроектованих дизайнерами магазинах, пропонується через придуману дизайнерами рекламу, замовляється за каталогами, підготовленими дизайнерами. Дизайн не тільки допомагає йти в ногу з часом, але і дозволяє виразити себе, свій теперішній час, свої ідеали.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Як відомо, для світового ринку характерна гостра конкурентна боротьба. Тому підприємства, які займаються виробництвом товарів постійно слідкують за якістю виробів конкурентів, проводять ретельне дослідження для порівняння своєї та чужої продукції. Високий рівень виробництва дозволяє швидко наздоганяти конкурентів, використовуючи нові технологічні можливості при створенні нових виробів. Це призводить до того, що при однаковій вартості товари різних фірм стають практично однаковими за якістю. Тому для покупців важливого значення набуває репутація виробника та зовнішній вигляд товару. І тут головну роль відіграє упаковка, тому що саме вона безпосередньо представляє та рекламує товар покупцеві.

Дизайнер при проектуванні упаковки повинен розраховувати на стереотипи мислення залежно від контингенту споживача. В практиці дизайнерів упаковки склалася деякі тенденції, якими вони керуються при створенні обличчя товару. Тут доречно градація як за територіальними ознаками (Схід, Європа, Америка), так і за соціальними. Схід, як відомо, – справа тонка, тяга до золотого ускладненого тиснення, узорів і блиску тут природна, етнічна, і зовнішній вигляд упаковки лише підкреслює менталітет, що склався. Європа вишукана і строга, для її стилю характерні шрифтові вишукування (як в колірному, так і в стилістичному плані) з мінімальною кількістю зображень. При проектуванні упаковок європейського стилю велика увага надається видам матеріалу, який створює ефект «елегантної простоти». Що стосується американського дизайну упаковки, то, поза сумнівом, треба сказати, що істинно «американське» в американському дизайні упаковки полягає не в грі стилів і форм, швидше це стосується тих, хто створює ці дизайни. Американські дизайнери усвідомлюють свою роль в житті суспільства і постійно прагнуть вдосконалення своєї майстерності. Як і народ в цілому, вони є різномірною групою людей, які запозичили ідеї з різних сфер діяльності, з інших культур, з більш ранніх періодів розвитку образотворчого мистецтва. І вони щедро повертають ці борги, пропонуючи такі ідеї і



форми, які, у свою чергу, підхоплюють художники і дизайнери всього світу. Вони не задовольняються досягнутим, а одночасно відображають і формують вигляд американської культури.

«У зв'язку з цим американська упаковка, яка завжди апелювала до різноманітної і великої аудиторії, пристосовується в чужій країні набагато легше, ніж будь-яка інша» [2, с. 219]. В стилістичному відношенні американський дизайн увібрав у себе еkleктичні ознаки, проявляючись у звертаннях до багатих старовинних етнічних традицій мистецтва минулого. Все це відображається загальною емоційністю, лаконічністю, простотою, а іноді перевантаженням деталями, байдужістю і химерністю.

ВИСНОВКИ

Сьогодні упаковка відображає широку технологічну і культурну тенденцію, яка полягає в збільшенні інформаційної складової і зменшенні матеріальної. Виробники та дизайнери упаковок дивляться в майбутнє і прогнозують нове середовище роздрібної торгівлі. Одним із перспективних шляхів розвитку сьогодні є тема «розумної» та інтерактивної упаковки. Завдяки розвитку новітніх технологічних можливостей та інноваційних матеріалів дизайн упаковки може вийти на принципово новий рівень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойчук А.В. Пространство дизайнера. Харьков: Нове слово. 2013. 367 с., ил.
2. Хайн Томас. Тотальная упаковка. – М.: Издательство студии Артемия Лебедева. 2016. 423 с.: ил.

HANOTSKA O. TRADITIONS AND INNOVATIONS IN THE MODERN DESIGN PACKAGING

Design has intersected very closely with the daily life and culture of mankind throughout its history. Design in the broad sense - the conception and designing of objects by man. Understanding the difficult history of design also requires knowledge of the design process with its continuous refinement. Design products provide an opportunity to understand the individual characteristics of the designer and understand what his / her relationship is between the design project, the consumer and society as a whole. Features of modern graphic design include the following: noticeable, purposeful advertising, common sense and originality of images, functionality of space. All this is combined with a pragmatic and at the same time innovative approach to communication problems.

Key words: *packaging design, traditions, innovations, visual communications.*