

УДК 745.05.04

**ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА
УПАКОВКИ ИЗДЕЛИЙ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
В ПЕРВОМ ДЕСЯТИЛЕТИИ XXI ВЕКА.**

Ф.В. ВАСИН, И.Н. СТОР

(Московский государственный текстильный университет имени А.Н. Косыгина)
E-mail: office@msta.ac.ru

В статье рассматривается рекламный графический дизайн, конструкции и материалы изготовления упаковки текстильных изделий фирм-производителей из Западной Европы и Америки.

The advertising graphic design, constructions and materials of manufacturing of the textile products packing of the firms-manufacturers from the Western Europe and America is considered herein.

Ключевые слова: рекламный графический дизайн, текстильные изделия, конкурентоспособность, инновации.

Дизайнеру, проектирующему рекламный графический дизайн упаковки для изделий текстильной и легкой промышленности, в настоящее время жизненно необходимо свободно ориентироваться в инновациях этой отрасли. В условиях жесткой конкуренции и перенасыщения рынка однотипными товарами без представления об уровне развития и инновационных направлениях современного мирового рекламного графического дизайна упаковки дизайнер сегодня не сможет предложить действительно конкурентоспособные и оригинальные решения.

Целью данной работы является обзор и изучение инновационных решений рекламного графического дизайна упаковок изделий текстильной и легкой промышленности первого десятилетия XXI века в западноевропейской и американской культурах.

К концу XX - началу XXI века упаковочные материалы и технологии ввиду своей высокой востребованности развивались стремительными темпами, в результате чего дизайнеры получили почти безграничные возможности в области конструирования и проектирования: многообразие видов и решений упаковки в настоящее время безгранично. С другой стороны, современный среднестатистический потребитель из европейских стран, США и Великобритании при сверхперенасыщенности рынка однотипными товарами оказывается перед весьма непростым выбором. В таком случае оригинальное и нестандартное решение рекламного графического дизайна упаковки становится, зачастую, решающим фактором при выборе потребителем того или иного вида текстильных изделий.

В этих условиях дизайнеры вынуждены

искать новые решения конструкции и рекламного графического дизайна упаковки для определенных видов текстильных изделий, отличающиеся от тех, которые в большинстве своем сформировались за последние 50 лет и доминируют сейчас на рынке.

Руководствуясь статистическими данными социологических и маркетинговых исследований, отражающими желания, потребности и предпочтения целевых групп потребителей, используя новейшие упаковочные технологии, материалы и их нестандартные комбинации, современные дизайнеры активно разрабатывают инновационные креативные решения в области рекламного графического дизайна упаковки, призванные повысить конкурентоспособность изделий текстильной и легкой промышленности.

В начале XXI века инновационные решения в области упаковки изделий текстильной и легкой промышленности проникли сразу в несколько сфер её дизайна: сферу графического визуального оформления, сферу формы и конструкции, сферу комбинации различных материалов, их экономичности, эргономичности и функциональности в производстве. Инновацией считаются разработки дизайна упаковки, который предусматривал бы ее производство из возобновляемых, экологически чистых и поддающихся последующей переработке и утилизации материалов. В свою очередь, инновационный рекламный графический дизайн таких упаковок в своем коммуникативном послании содержит информацию об экологичности этих материалов и технологий производства, что является в настоящее время важным конкурентным преимуществом для многих потребителей в европейских странах, Великобритании и США, активно выступающих за охрану окружающей среды. Инновацией в современном рекламном графическом дизайне считаются также решения, направленные на максимальную экономию энергии, материалов и печатных красок при изготовлении одной упаковки.

Общую массу инновационных решений в рекламном графическом дизайне упаков-

ки изделий текстильной и легкой промышленности в настоящее время можно разделить на две категории.

1. Инновации в рекламном графическом дизайне упаковки, продиктованные собственно авторским (дизайнерским) креативным решением для того или иного текстильного изделия.

2. Инновационные решения, разработанные дизайнером с учетом требований производителя различного характера (максимальная экономия на упаковочных материалах, производственных мощностей и средств, экологичность, возможность переработки упаковки, специфическое информационное послание потребителю от производителя т.д.)

В настоящей статье рассматривается рекламный графический дизайн, конструкции и материалы изготовления упаковки текстильных изделий фирм-производителей из Западной Европы и Америки. Изученные образцы представляют собой инновационные решения, отличные от стандартных.

Анализ образцов рекламного графического дизайна упаковки изделий фирм: "Tade Baker" (Великобритания), "NIKE" (США), "PlayBoy" (США), "WEIRD" (Бразилия), "Levi's" (США), "Nello Riders" (США), "Farmeton" (Бразилия), Transfer Studio (Великобритания), "Viidrio" (США), "ARI"(США), "Adidas" (США), "Old Navy" (США), Marco di Radi (Италия), "Celio" (Франция), "Habitat" (Франция) позволяет говорить о следующих инновационных решениях, получивших распространение в первом десятилетии XXI века.

1. Использование рекламного графического дизайна в решении визуального образа упаковки не только снаружи, но и внутри (фирма NIKE – коробка для футбольных бутсов, внутри которой изображен маленький стадион с газоном, трибунами и синим небом на крышке).

2. Использование в рекламном графическом дизайне упаковки пластичных материалов (различные виды пластика), позволяющих создавать уже знакомые потребителю визуальные образы посредством новых приемов, добиваясь тем самым

оригинального и единственного в своем роде дизайна упаковки (мужское белье от "Playboy Underwear" (дизайнер упаковки – скульптор Antonio Canova) – кубической формы упаковка выполнена из пластика, лицевая поверхность которой имеет рельефную форму в виде фрагмента мускулистого торса мужчины).

3. Использование для текстильных изделий не свойственных для них ранее видов упаковки и рекламного графического дизайна, заимствованных из других областей (сувенирные майки в вакуумной упаковке из полиэтилена – заимствование из пищевой промышленности, деревянные шкатулки и пластиковые прозрачные контейнеры для мужских галстуков).

4. Развитие идеи визуального и тактильного контакта потребителя с текстильным изделием без открывания или нарушения упаковки (упаковка галстуков "Marko Di Radi" и "Ted Baker" – одним из материалов упаковок является сама ткань, из которой сделаны галстуки. С одной стороны, ткань является ключевым элементом рекламного графического дизайна, а с другой – максимально наглядно демонстрирует текстильное изделие).

5. Проектирование рекламного графического дизайна упаковки, содержащего праздничную символику, для последующего его включения в проекты оформления витрин фирменных магазинов в период праздников.

6. Рекламный графический дизайн, включающий в себя интерактивную концепцию дальнейшего функционального развития и трансформации упаковки уже в руках потребителя после покупки.

7. Разработка информационной упаковки, рекламный графический дизайн которой предусматривает большой объем информации рекламного или какого-либо другого характера.

В настоящее время инновационные решения в рекламном графическом дизайне упаковки приобретают большое значение и дают возможность производителям "удивлять, не преувеличивая" и передавать определенную информацию точно, подчеркнув индивидуальность своих изделий через упаковку.

Тщательно продуманные инновационные решения, включающие в себя комплекс из рекламного графического дизайна упаковки, ее конструкции, формы и используемые материалы, вызывают позитивные эмоции у потребителей, повышают в их глазах ценность того или иного текстильного изделия, а значит и его конкурентоспособность на рынке.

Рекомендована кафедрой рисунка и живописи.
Поступила 09.04.10.