

Современные тенденции в проектировании цветового решения упаковки

Королева А.В.

Белорусский национальный технический университет

Каждому художнику или дизайнеру, работающему с цветом, нужна дисциплинирующая сила знания закономерностей его проявления. Однако знания и следование им не должны сдерживать интуитивные импульсы художника. Только взаимодействие того и другого способно привести к созданию произведения, одушевлённого человеческой энергией.

Цитирование классики на изделиях массового спроса требует, несомненно, большого такта и вкуса. Удачный пример использования в упаковке классических произведений искусства – линия фруктовых соков «Арарат».

На основе живописи знаменитого армянского художника М.Сарьяна создается «жаркий», очень насыщенный, даже напряжённый колорит. Упаковка апеллирует не столько к примитивным инстинктам и бессознательным импульсам, сколько к эстетическому чувству потребителя. *Игра в натуральность*. Печать на упаковке сока воспроизводит фрукт, из которого сделан сок, с иллюзорной точностью, что современные возможности полиграфии вполне позволяют. В упаковке бумажных салфеток *Игра в старину*. Шоколад, оформленный в «винтажном» стиле. *Игра в домашнее производство*. Японские натуральные материалы и их имитация. Для жителей современного мегаполиса особенно привлекательны натуральные продукты питания, им приятно напоминание о природной среде и домашнем приготовлении еды.

Малоцветный дизайн превратился из суровой жизненной необходимости, цель которой — экономить деньги, в этакую демонстративную форму протеста. Недаром минимализм колорита перешел из сегмента лоу-класса товаров в премиум. Черный цвет упаковки молока по контрасту подчеркивает светоносную белизну продукта. Упаковка выделяет продукт из ряда подобных на полках магазина, она рассчитана на специфическую группу потребителей, претендующих на неординарность мышления, стремящихся к новым впечатлениям, открытым для парадоксальных идей.

Итак, можно выделить 2 главные тенденции: с одной стороны, максимальное богатство цветового решения, какое только достижимо при современных средствах полиграфии; с другой стороны, крайний минимализм, демонстрирующий яркость дизайнерской мысли.