

цветовое и графическое решение, созданы эскизы 7 моделей. Название проекта – игра слов: в переводе с английского «SWEET» как «милый», аналогично значению «сладкий», «LOOK» переводится с английского как «взгляд», но в переводе с французского – «образ». В результате получается «милый образ», «сладкий образ». Слово «LOOK» в транскрипции звучит как [лук], в итоге получается «сладкий лук» – философия проекта.

Второй этап – региональный отбор. Все модели разработаны из 100% хлопка на основе простых геометрических фигур (круг, квадрат, прямоугольник) с минимальным количеством разрезов и максимальным количеством складок, подчеркивающими ритмичность коллекции, являющейся концепцией проекта.

Своеобразие достигается благодаря технике тай-дай. При особой трудоёмкости изготовления моделей автору удалось сохранить функциональность и добиться оригинальности образа. Оригинальность разработки – созвучие и единство композиционных и конструкторско-художественных приёмов, складки как запоминающееся решение членения конструкции. Действие привело к результатам третьего этапа конкурса, представляющего собой фотосессию коллекций финалистов конкурса (рис. 3, 4).



Рисунок 3 – Эскизы работ и мудборд, а также разработки, представленные на региональном отборе конкурса



Рисунок 4 – Коллекция на третьем этапе конкурса

Четвёртый (завершающий) этап – финал конкурса, проводимый в Минске на площадке Prime Hall (июнь 2021 г.). К финальному показу коллекция содержит 7 образов (18 изделий) и трек для сопровождения показа. Отрицательной стороной организации конкурса является безликое однообразие моделей-демонстрантов, предоставляемых условиями конкурса (без внесения изменений причёсок, make-up и стилистики внешнего вида).

Итоги исследования: различные конкурсы и фестивали полезны для дизайнеров как учётно-развивающиеся методы обучения студентов; это бесценный опыт, который юный создатель не сможет получить нигде; решены задачи конкурсов – познакомить с процессами, происходящими в современной fashion-индустрии. Практическая значимость: участие в конкурсах международного (Россия, Нидерланды) и республиканского (Беларусь), участие в 54-й МНТК УО «ВГТУ». Конкурсы и фестивали подобного уровня достаточно специфичны, хотя предоставляют возможность студенту-дизайнеру заявить о себе, что и является одним из главных критериев успеха будущего дизайнера как профессионала, специалиста.

УДК 658.788.4

ТЕНДЕНЦИИ В ЭКОУПАКОВКЕ

Попова А.В., доц., Танона П.В., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены вопросы актуальности экологичной упаковки, связь экологии и упаковки. Приведены основные тренды эко-упаковки.

Ключевые слова: упаковка, эко-упаковка, тенденции в экоупаковке, натуральный,

«экологичный».

Сегодня упаковка должна решать не только задачи по привлечению аудитории и донесении информации о продукции, но и быть экологичной. В это понятие входит множество обстоятельств, начиная с материала, заканчивая дизайнерскими решениями.

Проблема мусора с каждым годом становится очевиднее, а количество производимой продукции и упаковки только увеличивается. Часть отходов перерабатывается, но с переработкой много проблем. Во-первых, до сих пор во многих странах мира так и не стал нормой отдельный сбор отходов. Во-вторых, даже отдельный сбор усложняется тем, что упаковка чаще всего произведена из материалов, которые перерабатываются разными способами – к примеру, только у пластика семь кодов переработки.

Упаковка – тот вид отходов, переработку которого можно упростить силами самого бизнеса еще на этапе производства и упаковки продукции.

Экологичная упаковка – экологически чистая упаковка, или упаковка, не наносящая вреда окружающей среде при уничтожении и утилизации.

Экология – термин, обозначающий науку, изучающую взаимоотношения живой и неживой природы, был предложен в 1866 году немецким биологом по имени Эрнст Геккель. В настоящее время значение слова экология значительно расширилось и используется в различных науках. В отношении упаковки экология рассматривается как наука, изучающая влияние деятельности человека на окружающую среду и живую природу и направленная на защиту окружающей среды.

Упаковка и экология связаны тем, что значительная часть отходов состоит из использованной упаковки и упаковочных материалов. Решается проблема изношенной и использованной упаковки двумя путями:

- уничтожение;
- захоронение – отведение под мусорные свалки земельных участков, значительная часть вторсырья, попадающего на свалки, может быть подвергнута переработке;
- сжигание – метод не экономичный и не рациональный;
- утилизация (переработка отходов для дальнейшего их использования в качестве полезных материалов).

В настоящее время в мире наблюдается тенденция к экологизации потребления, когда потребители особое внимание уделяют экологическим свойствам товаров. К таким экологическим свойствам товаров относится не только отсутствие или минимальное содержание в них вредных для здоровья веществ, но и влияние таких товаров на окружающую среду как в процессе их производства, так и после использования потребителем. Особенно большое значение требования устойчивого развития имеют в секторе, связанном с производством и использованием возобновляемых природных ресурсов, например, лесных ресурсов и в частности древесины. Некоторые производители акцентируют внимание на экологичности упаковки, используя образы свежих овощей и фруктов, зеленых лугов с идеальными коровами и счастливыми фермерами.

Не весь мусор можно переработать. ПЭТ-бутылки, макулатура, металл и стекло считаются ценными фракциями, и процесс их переработки выгоден и налажен на многих предприятиях. Остальные материалы требуют специальных технологий. Однако дать им вторую жизнь можно.

С помощью упаковки важно четко информировать покупателя продукта об используемых материалах и о том, что делать с упаковкой после использования – например, открыть крышку, отклеить лейбл, отнести в специальный контейнер для сбора конкретного типа отходов (бумага, пластик, стекло, металл).

Международные бренды давно ведут кампанию по защите окружающей среды. Мировые фешн-гиганты выпускают одежду из переработанных и экологичных материалов, например, Levi's и их коллекция из конопли. Крупнейшие розничные сети переходят на бумажные и быстроразлагающиеся пакеты, чтобы снизить потребление пластика. Высокотехнологичные стартапы разрабатывают растительное мясо, чтобы снизить выбросы парниковых газов в атмосферу, одним из главных виновников которых является животноводство. Но одним из самых серьезных экологических вызовов до сих пор является переосмысление подхода к упаковке продукции.

Основные тренды экоупаковки:

- упаковка из переработанного материала – пластик, бумага или картон. Создавая упаковки из вторичных материалов, бренды вносят ощутимый вклад в сохранение

окружающей среды. Например, бренд парфюмерии Le Labo упаковывает свои ароматы в коробки из вторичного материала – гофрокартона (рис. 1);



Рисунок 1 – Упаковка парфюма Le Labo

– упаковка, которую можно сдать на переработку – большое внимание отдается выбору материалов, из которых изготовлены упаковки товаров производителя. Еще один способ сделать планету чище, тесно связанный с первым – выбирать материалы, которые можно потом переработать;

– упаковка, которую можно использовать повторно, все более популярной становится упаковка из ткани или плотной бумаги, которую можно использовать повторно. Вместо одноразового пакета или бутылочки получается аксессуар для дома, который впишется в интерьер и поможет сохранить океан чистым (рис. 2);



Рисунок 2 – Пример упаковок, которую можно использовать повторно

– информация об экологичности продукта и инструкция по переработке на упаковке. Производители стали наносить на упаковки инструкции по переработке и информацию о том, какие меры они принимают для защиты природы. Это помогает привлечь внимание к проблеме небрежного отношения человечества к окружающей среде и ресурсам Земли;

– эко-наполнитель, которым заполняют упаковочные коробки. Используют сухие веточки растений, крафтовую бумагу (рис. 3).



Рисунок 3 – Упаковка с эко-наполнителем

Экоупаковка активно занимает ведущие позиции в жизни человека. Она также удобна в использовании, но при этом может использоваться повторно, перерабатываться, или же разлагаться без вреда для окружающей среды. Тенденция набирает популярность в бьюти-отрасли и упаковках пищевых продуктов. С современным дизайном экоупаковка активно привлекает внимание покупателей, призывая к осознанному потреблению.

Список использованных источников

1. Попова, А. В. Сравнительный анализ дизайна упаковки зарубежных стран и РБ / А. В. Попова, Д. А. Стасюк // Материалы 53-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 2019 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2020, с. 93–96.

УДК 659.133.1

АНАЛИЗ КОНЦЕПТОВ ТЕАТРАЛЬНОГО ПЛАКАТА ДЛЯ НАЦИОНАЛЬНОГО АКАДЕМИЧЕСКОГО ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕАТРА ИМЕНИ ЯКУБА КОЛАСА

Попова А.В., доц., Тимошенко П.В., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены вопросы проектирования серии плакатов, печатной продукции к спектаклям для Национального академического драматического театра имени Якуба Коласа. Найдено авторское графическое решение, которое привлечет внимание новой целевой аудитории.

Ключевые слова: театр, театральный плакат, ручная графика, ручной шрифт, композиция.

Театральный плакат является одним из самых старых видов полиграфической рекламы. Плакат может быть неким напоминанием на стене театра о приближающейся премьере, а может быть частью городской культуры и придавать театральному событию особый статус, быть графическим образным символом спектакля. В тех случаях, когда театральный плакат является одним из компонентов презентации театра и является частью масштабной рекламной акции, жители города приобщаются к культуре. Увидев театральные плакаты в центре города, кто-то заинтересуется и придёт на один спектакль, но гораздо важнее, что люди точно будут знать о существовании данного театра и его репертуаре.

Актуальность данного проекта заключается в том, что в современном мире, наполненном огромным количеством цифровых развлечений, очень важно через грамотный