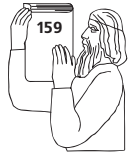


Література:

1. Резниченко М. І. Художня графіка / М. І. Резниченко. Тернопіль: навчальна книга — Богдан, 2011. 272 с.
2. Тимофієнко В. І. Архітектура і монументальне мистецтво: Терміни та поняття / В. І. Тимофієнко. Київ: Видавництво Інституту проблем сучасного мистецтва, 2002.
3. Костенко О. Є. Життєдіяльність Сергія Пилиповича Конончука (1912–1941) — українського графіка першої половини ХХ століття / О. Є. Костенко, 2011.

References:

1. Reznichenko, M. I. (2011). *Khudozhnia hrafika [Art graphics]*. Ternopil: navchalna knyha — Bohdan, 272 p. [in Ukrainian].
2. Tymofiienko, V. I. (2002). *Arkhitektura i monumentalne mystetstvo: Terminy ta poniattia [Architecture and Monumental Art: Terms and Concepts]*. Kyiv: Vydavnytstvo Instytutu problem suchasnoho mystetstva [in Ukrainian].
3. Kostenko, O. (2011). *Zhyttiedialnist Serhii Pylypovycha Kononchuka (1912–1941) — ukrainskoho hrafika pershoi polovyny XX stolittia [Life of Serhiy Pylypovych Kononchuk (1912–1941) — Ukrainian graphic artist of the first half of the XX century]* [in Ukrainian].



УДК 655.262:766.05:655.03.066.25:621.798

© **Анна Молчанова, Поліна Півненко**, студентки 3-го курсу, НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2022 р.
Науковий керівник: Т. В. Розум, канд. техн. наук, доц., НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ВИКОРИСТАННІ НЕО-РЕТРО СТИЛЮ В ОФОРМЛЕННІ ПАКОВАНЬ

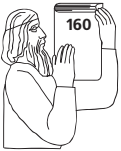
**Проаналізовано сучасні тенденції в оформленні пако-
вань, зокрема нео-ретро стилю. Визначено основні від-
мінності стилю та чинники, що пояснюють його популяр-
ність.**

Ключові слова: *стиль нео-ретро; ретро-дизайн; дизайн паковань; автентичність; елементи паковань.*

The analysis of modern tendencies in registration of packings, in particular neo-retro style is carried out. The main differences of style and factors explaining its popularity are identified.

Keywords: *neo-retro style; retro design; package design; authenticity; packaging elements.*

Зазвичай дизайнери прагнуть викликати у клієнтів приємні емоції. Для цього вони звертаються до історії та минулого. Цей прийом стали називати ретро-дизайном. Стратегія, яку переважно використовують бренди, викликає у покупців спогади та відчуття автентичності. Ретро-брендинг базується на відновленні історичних елементів бренду, але серед молодих брендів простежується тенденція використання ретро-стилю в оформленні продукції. Ретро-стиль в оформленні паковань починає дедалі більше використовуватись у сучасному світі, бо в суспільстві формується прагнення людини до автентичності.



Для встановлення актуальності обраної тематики проаналізовано сім джерел, виконано патентний пошук глибиною десять років та проаналізовано елементи дизайну паковань. Нео-ретро стиль стає дедалі популярнішим, зокрема в оформленні паковань харчової продукції, а саме: чаю, кави, шоколаду, алкогольних напоїв тощо. Також виявлено тенденції з використання крафтових паперів (картонів) теплих кольорів та зображень «під старовину» для досягнення необхідного ефекту. Для приваблення покупців необхідно розглядати пакування як цілісно, так і окремо його деталі для розуміння впливу елементів дизайну.

Чинники, що визначають популярність нео-ретро стилю:

- фактурні або органічні матеріали;
- натуральні барвники;
- історична концепція колірної схеми;

— застарілі або псевдо-застарілі шрифти;
— ускладнення зображень подвійними лініями, штрихами та тінями.

У дослідженні використовуються цілісні та аналітичні структури, які ідеально доповнюють одна одну. В аналітичній частині досліджується незалежний вплив елементів дизайну пакування, а у другому методі дизайн розуміється як одне ціле. Визначено, що пакування та його елементи впливають на цінність продукту на ринку.

Література:

1. Шредер Й. Е. Художник і бренд / Й. Е. Шредер. 2005. 39(11/12). 1291–1305.
2. Те Варверк М. Під кришкою і під рукою: втілена метафора в дизайні упаковки / Варверк М. Те // Міжнародний журнал дизайну. 2015. 9(1). 29–37.

References:

1. Schroeder, J. E. (2005). *Khudozhnyk i brend [The artist and the brand]*, 39(11/12), 1291–1305 [in Ukrainian].
2. Te Vaarwerk, M. (2015). *Pid kryshkoiu i pid rukoiu: vtilena metafora v dyzaini upakovky [Under cover and close at hand: Embodied metaphor in packaging design]*. *International Journal of Design*, 9(1), 29–37 [in Ukrainian].

