

УДК 7.016.4+658.827+659.154+658.788.4

**МИРОВОЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРАДИЦИОННОГО ОРНАМЕНТА
ПРИ ОФОРМЛЕНИИ УПАКОВКИ ТОВАРОВ****М.А. САВЧЕНКО***(Представлено: канд. ист. наук, доц. В.В. ЯКУБОВ)*

Тенденция использования традиционных символов на упаковках существует в различных регионах мира. Цель – выделение продукта на международном рынке среди аналогичных ему за счет подключения в маркетинговые коммуникации неэкономических факторов, культурных и патриотических компонентов мотивации потребителя. В статье рассматривается использование традиционной орнаментики при оформлении упаковок в Великобритании, Греции, России, Индии и ряде Африканских государств.

В современном мире – мире глобализации, динамичного бизнеса, сложных моделей производства, информационной насыщенности и конкуренции большого количества товаров, предприятия и деятели рынка одинаково обеспокоены снижением приверженности потребителей торговой марке. Это возникает в результате роста числа доступных товаров и активизации мер по стимулированию сбыта. Производители стараются мобилизовать все силы на поиск и внедрение наиболее эффективных способов продвижения товаров и услуг. Различные корпорации во всем мире используют самые разные методы для привлечения внимания к своему продукту, одним из таких методов является использование истории для продвижения бренда и его связи с национальной культурой и традициями. Во многих странах это делается с помощью использования в маркетинге и брендинге традиционной орнаментики на упаковках товаров: элементы древних символов орнаментики часто встречаются на упаковках абсолютно разных товаров в разных странах. Такие направления развития в сферах дизайна и маркетинга создают благоприятную почву для подкрепления самосознания народа и его единства, национальный дух поддерживается с помощью «коллективной памяти». Такая «коллективная память» представляет собой общие переживания, которые прививают общенациональное чувство единства. Все эти эмоции передаются от поколения к поколению, чтобы наши последователи также чувствовали единство и важность истории.

Великобритания – одна из стран, в которой орнаментика активно используется при оформлении упаковок товаров. Ярким примером орнаментики и традиционных узоров Великобритании является шотландский тартан, также известный как «шотландская клетка», он используется как основной рисунок традиционной одежды шотландцев – килта [1]. Тартан – это шерстяная клетчатая ткань, из которой изготавливают килт и другие предметы национальной одежды. Существуют тартаны разных цветов, у предков современных шотландцев по цвету килта определялось, к какому из кланов принадлежит человек, именно поэтому тартан всегда играл особую роль как маркер, выражающий индивидуальность и особенность, отличие одних людей от других. На сегодняшний день самыми популярными тартанами являются «Каледония», «Блэк Уотч», «Дресс Кэмпбелл», «Барберри», «Дресс Гордон», «Роял Стюарт».

Примером использования национальной британской орнаментики на упаковке являются многие сорта виски, в частности «Tartan». Его можно встретить на прилавках магазинов Великобритании и не только. На упаковке этого напитка используется клетка «Роял Стюарт» – самая популярная клетка среди всех видов тартана на сегодняшний день, которая представляет собой пересечение широких бордовых и узких синих, жёлтых, белых полос на красном фоне. Вследствие широкого пропагандирования шотландского тартана в массовой культуре, тартан стал узнаваемым и часто используемым рисунком, а широко развитая политика позиционирования региональных брендов Великобритании на национальном рынке и не только позволяет ему играть роль идентификатора, выделяющего шотландскую продукцию среди иной.

Греция – страна, в которой на упаковках товаров также используются традиционные орнаментальные сочетания, некоторые из которых не теряют свою популярность до сих пор. Один из таких символов – меандр – распространённый тип орнамента, известный ещё со времён палеолита. Меандр был особенно популярен в Древней Греции, откуда распространился на амфорах и одежде по всему античному миру.

Меандр, в силу своей распространённости в современном мире, моментально отсылает к греческой культуре. Сегодня в моде ювелирные украшения, одежда с меандром, греческим орнаментом часто украшают как интерьеры, так и экстерьеры зданий. Популярность меандра приводит к созданию дизайнерами множества интерпретаций и вариаций этого типа орнамента [2]. Не исключение – упаковки и этикетки различных товаров. Одним из множества напитков, на этикетке которого используется меандр, является «Метакса» – греческий крепкий алкогольный напиток, известный во всем мире.

Производители напитка «МЕТАХА», используя на своей упаковке меандр, ассоциируют продукт с Грецией и её культурой, а в сочетании с цветами, шрифтом и в целом дизайном упаковки, меандр создает весьма очевидную отсылку к античной атмосфере.

Русская культура также богата на народные промыслы и связанные с ними орнаментные сочетания, многие из них начали зарождаться еще в древности. В русской культуре существуют орнаменты и рисунки, связанные с защитой, красотой, семьей, здоровьем и другими важными для предков современных россиян понятиями. Известные народные русские промыслы «Гжель», «Жостовская роспись», «Хохлома» с развитием общества и культуры трансформируются, сейчас многие из таких узоров являются опознавательными знаками какой-либо местности, в которой данный промысел был придуман и распространён.

На упаковках товаров российского производства покупателю часто удается увидеть дизайн, связанный с народными промыслами, орнаментными сочетаниями и культурой России. Примерами таким товаров являются пельмени. Этот факт объясняется тем, что пельмени смело можно назвать неотъемлемой частью русской национальной кухни. На упаковках пельменей производители используют «хохлому» – настоящий старинный русский народный промысел, родившийся еще в XVII веке в селе Хохлома [3]. Сейчас «хохломой» называют декоративную роспись по дереву, для которой характерны черные, красные иногда зеленые узоры на золотистом фоне. Ее родина и место прописки Нижегородская область [4].

Использование традиционных мотивов и рисунков на упаковках именно пельменей как блюда национальной русской кухни создает отсылку к истокам русской культуры. Возникает ассоциация с экологичностью продукта, принт заставляет потребителя подумать, что именно эти «Русские пельмени» – те самые, дошедшие до наших времен, настоящие русские пельмени.

Индия не является исключением в сфере использования национальной орнаментики на упаковках товаров. Орнамент используется в Индии повсеместно: расписная посуда, ткани и постельное белье, одежда и аксессуары, декор и интерьеры, даже для татуировок хной «мехенди» используются традиционные для разных регионов этого субконтинента орнаментные сочетания. Особенностью Индии в этой сфере является пёстрость и яркость (нет одного или двух главных цветов, используются минимум 7 главных цветов и абсолютно любые другие цвета в качестве дополнительных) в сочетании с глубокими смыслами всех символов.

Наиболее известный индийский орнамент – это «пейсли» (рус. «огурец»). Коренные жители Индии именуют его «бута». Этот рисунок самый древний из ныне известных, сегодня его истинный смысл неизвестен, однако по одной из версий такие узоры изображают языки пламени, которые олицетворяют жизнь человека. «Пейсли» символизирует развитие, динамичность и энергию.

Кроме «пейсли» в Индии популярны растительные узоры, особенно популярные в той части страны, где распространён ислам. Индия – многоконфессиональная страна, а мусульманам запрещено изображать лик Аллаха, людей или животных, поэтому в регионах, где преобладает исламское вероисповедание, растительные узоры встречаются чаще. Наиболее популярный растительный мотив – это изображение лотоса, почитаемого и священного для жителей Индии цветка. Он символизирует творческое начало, мудрость и гармонию.

Индия входит в тройку крупнейших производителей чая на мировом рынке, именно поэтому на упаковках «национального» продукта индийские узоры и орнаменты встречаются очень часто. Орнамент в данном случае является отличительным знаком качественного чая, выращиваемого в Индии на протяжении многих столетий, он отсылает потребителя к неповторимой индийской культуре и ассоциируется с традициями и методами выращивания и изготовления индийского чая, проверенными веками.

Примерами конкретных производителей являются Bagan Fresh, использующий «пейсли» на упаковках своего натурального зелёного чая и Blue Mountains, использующий «пейсли» и растительный орнамент на упаковках чая Нилгири – уникального сорта индийского чая (этот сорт выращивается в Индии уже не один век, его можно смело назвать традиционным).

Африканская орнаментика отличается тем, что во многих племенах на Африканском континенте не теряет актуальности в прямом её употреблении до наших дней, она может быть связана как с обыденной жизнью людей, так и с их религиозными обычаями. Африканские орнаменты и узоры находят свое применение в одежде, на телах людей во время праздников, войн, обрядов и других важных мероприятий.

Адинкра – набор пиктографических символов, традиционных для группы народов ашанти. Каждый символ представляет собой понятие или афоризм. Символы адинкра часто используются на местных тканях и керамических изделиях, производящихся и распространяющихся среди аканских народов в гос-

ударствах Гана и Кот-д'Ивуар. Среди народов ашанти символы пользуются широкой известностью и являются частью местной культурно-этнической идентичности [5].

В силу слабости развития дизайна, экономики и экспорта и общих тенденций глобализации нельзя сказать, что на Африканском континенте часто используется самобытный орнамент для выделения африканского продукта на рынке среди конкурентов, однако несколько примеров в развитых отраслях производства существует. Различные масла – это именно тот продукт, который популярен в сфере экспорта. Кокосовое масло ERA-KING использует на своей упаковке символ ABE DUA, или «пальма». Пальма имеет непосредственное отношение к данному продукту, кроме того она символизирует богатство и долголетие. Также примером стильного использования традиционной орнаментики и её символов является упаковка шоколада Divine Chocolate. На упаковках шоколада используются символы Adinkra, которые действительно делают продукцию более привлекательной и современной. Там можно увидеть символы ADINKRANENE, AKOMA, NANSE NTONTAN и другие [6].

Каждое искусство наполнено своим, неповторимым глубинным смыслом, имеет свои отличительные черты. Ярким маркером национальной идентичности является традиционная орнаментика, приобретающая невероятную популярность в современном мире. Она используется повсеместно для различных целей, в том числе в сфере маркетинга, продаж, продвижения, дизайна. Элементы орнамента могут использоваться для усиления национальных патриотических чувств, осознания единства, для выделения своего товара на рынке, для того, чтобы подчеркнуть традиционность через использование национальных орнаментальных символов, для выделения собственной продукции на национальном рынке среди конкурентов или для выделения и четкой маркировки продукции на международном рынке. В целом, исходя из масштаба использования традиционной орнаментики в различных странах и количества фирм и компаний, которые на национальных и международных рынках стремятся выделить свою продукцию именно методом использования региональной или национальной орнаментики, символики, узоров, можно смело сделать вывод, что тенденция использования традиционных символов и орнаментов на упаковках – мировая тенденция, которая существует и развивается в различных регионах мира, имея при этом свои, локальные особенности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Килт [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B8%D0%BB%D1%82#%D0%98%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F>. – Дата доступа: 19.04.2018.
2. Греческий орнамент [Электронный ресурс] // Grekomania. – Режим доступа: <https://www.grekomania.ru/greek-articles/ancient-greece/303-grecheskij-ornament>. – Дата доступа: 22.04.2018.
3. Разнообразие и значение традиционного русского орнамента [Электронный ресурс] // Ethnoboho. – Режим доступа: <http://ethnoboho.ru/slavyanskiy/drevnie-sekrety-russkogo-narodnogo-ornamenta.html>. – Дата доступа: 22.04.2018.
4. Хохлома [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%85%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0>. – Дата доступа: 23.04.2018.
5. Адинкра [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%80%D0%B0>. – Дата доступа: 24.04.2018.
6. Официальный сайт компании Divinechocolate [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.divinechocolate.com/uk/>. – Дата доступа: 25.04.2018.