

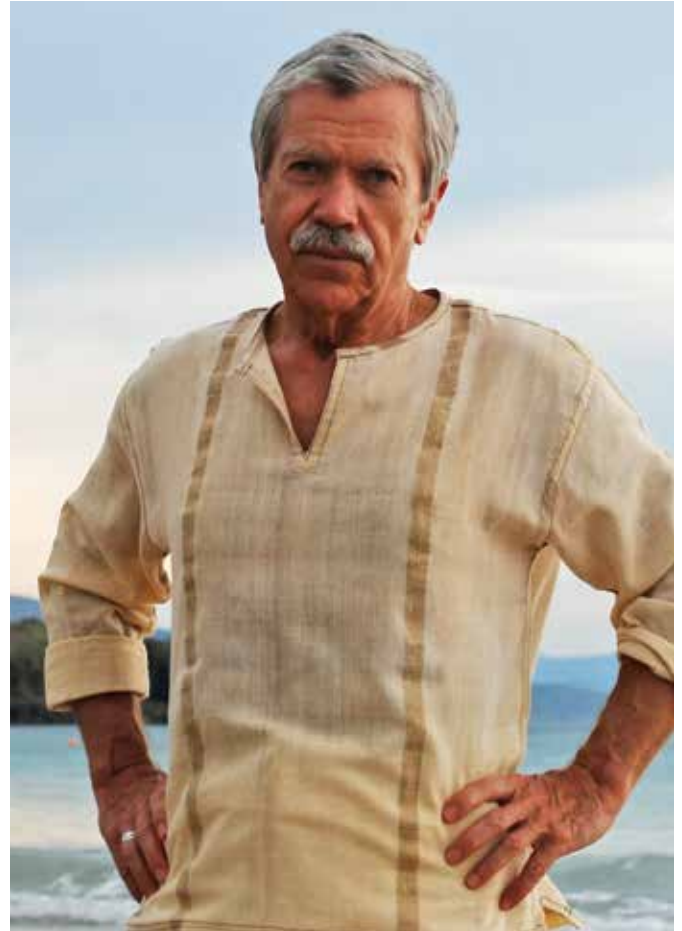
20 років з журналом «Упаковка»

Редакція завершує друкувати матеріали-інтерв'ю, присвячені 20-річчю виходу першого номера журналу «Упаковка», з членами редакційної ради журналу. У цьому номері на питання відповідає член редакційної ради з 1999 р., автор 9 публікацій у журналі, Народний художник України, професор Національної академії образотворчого мистецтва і архітектури Віталій Шостя. Він є членом журі всіх конкурсів на кращу упаковку «Українська зірка упаковки», починаючи з 1998 р., а 34 учні з його творчої майстерні графічного дизайну ставали переможцями та призерами конкурсу «Упаковка майбутнього» серед молодих дизайнерів.

Віталій Шостя був ініціатором багатьох проектів дизайнерського мистецтва в нашій країні, у тому числі проекту «Історичні постаті українського дизайну» в журналі «Упаковка», відкривши українцям невідомі сторінки з життя Василя Кричевського, Георгія Нарбута, Ніла Хасевича та інших митців.

Віталій Шостя створив унікальну школу підготовки молодих фахівців дизайнерського напрямку в мистецтві, характерними рисами якої є досвід метрів та завзяття молодих, творчі амбіції та шляхетність професіоналів, педагогічне терпіння та вимогливість, компетентність та ініціатива. У наступному році творчо-навчальна майстерня графічного дизайну Віталія Шости святкуватиме 30 років із дня її заснування. Тому не є дивним, що інтерв'ю з ним почалося саме з питання про його майстерню, про його школу, у якій вчать бачити, коли дивишся, мислити формою, яка і є змістом, копати колодязь, а не канаву!

Редакція журналу «Упаковка»



Валерій Кривошей,
канд. хім. наук, один з ініціаторів створення журналу «Упаковка», головний редактор журналу з 1996 р., автор 219 статей у журналі.

В.К.: Яких зусиль Вам коштувало організувати в радянські часи підготовку молодих дизайнерів у творчій майстерні дизайну?

В.Ш.: Знаходячи щілини в сумнозвісній «залізній завісі» всіма можливими способами, ще студентом передплачував майже всі відомі часописи мистецької галузі країн Східної Європи, які були доступними. З них можна було часом «вивудити» матеріали про творчі проекти західних митців. Та і цензура тих видань була лояльнішою до певних творчих пошуків у власних країнах. Намагався за першої нагоди відвідувати визначні дизайнерські імпрези за кордоном, пізніше брати в них участь. Так руйнувався закритий острів стереотипів, міфів, упереджень, нав'язуваної самоцензури і відкривався світ не-

обмежених творчих ресурсів, пошуків, знайомств із відомими майстрами, навчальними закладами.

Долаючи ортодоксальність і опір системи навчання, вдалося ще 1987 р. домогтися відкриття творчо-навчальної майстерні за «буржуазною» спеціалізацією «графічний дизайн». Програмові засади, звісно, базувалися на досвіді європейських шкіл та призабутому концептуальному ідейному спадку великих засновників Академії: Г. Нарбута, В. Кричевського, М. Бойчука.

Вероніка Халайджі,
канд. техн. наук, директор ІАЦ «Упаковка», член редакційної колегії з 2012 р., автор 39 публікацій у журналі.

В.Х.: Чи присутнє в дизайні упаковки таке поняття, як «мода»? Які модні течії притаманні сучасній упаковці?

В.Ш.: Упаковка, у тому числі дизайнерське її вирішення, є культурною складовою цивілізаційного поступу і, так само як архітектура, мистецтво, облаштування побуту, темпи самого життя, поведінкові правила, стає матеріалізацією ідеальної гармонії зовнішнього простору із внутрішнім



світом людської природи та часом. У певні періоди історії такі уявлення про сукупні характерні зовнішні ознаки часу, способу життя формували базові художні ідеали, стиль, моду.

Так само об'єкти упаковки виразно відлунюють широку гаму наукового, технологічного, естетичного досвіду та модних тенденцій. На мою думку, актуальні модні спрямування в дизайні пакувань розмістилися в трьох понятійних нішах: справжність (образ продукту з надійними, автентичними характеристиками), «спеціально для тебе» (образ унікальності, немасовості, ручна робота), статусність (особливо популярна в новітнього совкового «дворянства» з кумедно-гіпертрофованим намаганням «напакувати» себе престижними речами-доказами свого походження).



ювання упаковки» та «Історія упаковки» на кафедрі викладає фахівець з енциклопедичними знаннями в цій галузі Валерій Шредер, один з авторів відомого видання «Упаковка з картону». Його лекції синхронізують дизайнерські ідеї з технічними вимогами до такого проектування.

Валерій Шредер,

керівник проєктів ПАТ «Укрпластик», член редакційної колегії з 1996 р., автор 97 публікацій у журналі.

В.Ш.: Що, на Вашу думку, варто робити для популяризації робіт українських дизайнерів у царині упаковки?

В.Ш.: Найкраще і, врешті, найголовніше – треба називати їх імена. Адже навіть на конкурсі Клубу пакувальників «Українська зірка упаковки», попри зусилля організаторів «розсекретити» реальні імена авторів поданих зразків, відсоток персоніфікованих проєктів досі залишається прикро низьким. Так само, як безсумнівна доступність до назв ТМ, брендів у просторі жорсткого конкурентного змагання забезпечує високий рівень їх діяльності, оприлюднення імен дизайнерів працюватиме як на необхідну конкуренцію в професійному середовищі задля тої-таки якості дизайнерського продукту, так і на гідну популяризацію найкращих у боротьбі за досконалість.



Олександр Гавва,

доктор наук, професор Національного університету харчових технологій, член редакційної колегії з 1996 р., заступник гол. редактора з 2001 р., автор 136 статей у журналі.

О.Г.: За якими критеріями можна оцінити дизайнерську розробку упаковки, виконану дизайнером-фахівцем і дизайнером-аматором?

В.Ш.: За наявністю використаних відомих знань як у концептуальному підході до проектування, так і за ретельним якісним опрацюванням найдрібніших елементів конструкції, графіки. Непрофесіонала також видасть відсутність елементарного розуміння і можливостей усієї системи графічного дизайну в розкритті образу продукту для тривимірного об'єкта пакування. З відвертим аматором познайомить його невігластво в роботі зі шрифтом, іншими графічними складовими. Такі знання здобуваються тривалим навчанням задля честі назватися професіоналом.



Іван Регей,

доктор наук, професор Української академії друкарства, член редакційної колегії з 2007 р., автор 34 статей у журналі.

І.Р.: Продукування картонного пакування пов'язано з особливостями технологічного процесу виготовлення розгортки. Як вдається освоювати та поєднувати творчим людям технічні складності виробництва такого пакування з розробленням дизайнерських рішень?

В.Ш.: Пропонуємо студентам самостійно проаналізувати доступні на реальному ринку пакування з картону: характеристики матеріалу, конструювання, розгортки, з'єднання тощо. Навчальні курси «Матеріали і констру-



Аркадій Петухов,

доктор наук, професор Національного технічного університету України «КПІ ім. І. Сікорського», член редакційної колегії з 1998 р., автор 15 публікацій у журналі.

А.П.: Які нові фахові спрямування треба розвивати для підготовки дизайнерів, які мають працювати в пакувальному сегменті?

В.Ш.: Прикро, але наразі мусимо говорити взагалі про рівень підготовки дизайнерів-графіків у переважній більшості авантюрих, ризиковано «сміливих» ВНЗ, які свого часу наввипередки відкривали в себе безпідставні можливості професійного навчання цього спрямування. Український конкурс «Упаковка майбутнього» протягом кількох років наче інспектує результати роботи таких «навчителів» у дизайні пакувань. Відсутність бодай основних знань з відомого і доступного ресурсу напрацювань пакувальної галузі (матеріали, технології, конструювання, дизайн тощо) є ознакою найвних аматорських «гурткових поробок», що подаються на розгляд журі.

Натомість там, де культивується справді адекватні підходи до виховання професіоналів, а репутація вища за амбіцію, актуальним залишається велике призначення, користуючись як класичним, так і інноваційним інтелектуальним продуктом, творити-народжувати образ об'єкта пакування, його ототожнення з твором, ТМ, брендом.



Ігор Мікульонюк,
доктор наук, професор Національного технічного університету України «КПІ ім. І. Сікорського», член редакційної колегії з 2012 р., автор 30 публікацій у журналі.

І.М.: Як людина, яка не вміє малювати, завжди захоплювався тими, яким це дано. З цього приводу скажіть, коли працюєте над черговим твором, робите

це із задоволенням чи лише тому, що це комусь потрібно (на потребу дня)?

В.Ш.: Для мене не є важливою адреса, звідки отримується імпульс для народження ідеї як предмету чуттєвого світу. Зовсім немає значення, чи той «спусковий механізм» спрацьовує від самого себе, чи за пропозицією ззовні. Ніколи для художнього дослідження не було найголовнішим об'єктивне пізнання дійсності. Швидше за все ним рухає бажання суб'єктивного її переживання через досягнення довершеної форми творення вже нової реальності.

А дизайнерові, як і акторові, притаманна професійна здатність до перевтілення, яка забезпечує від замкненості в моноамплуа, обмеженості та збідненості виражальної палітри. Отже, зовнішні пропозиції, замовлення, а тим паче несподівані, збуджують, інспірують до пошуку нових форм

реалізації особистості художника. Збереження власного мистецького его залежатиме від захищеної автором творчої позиції в межах допустимого компромісу.

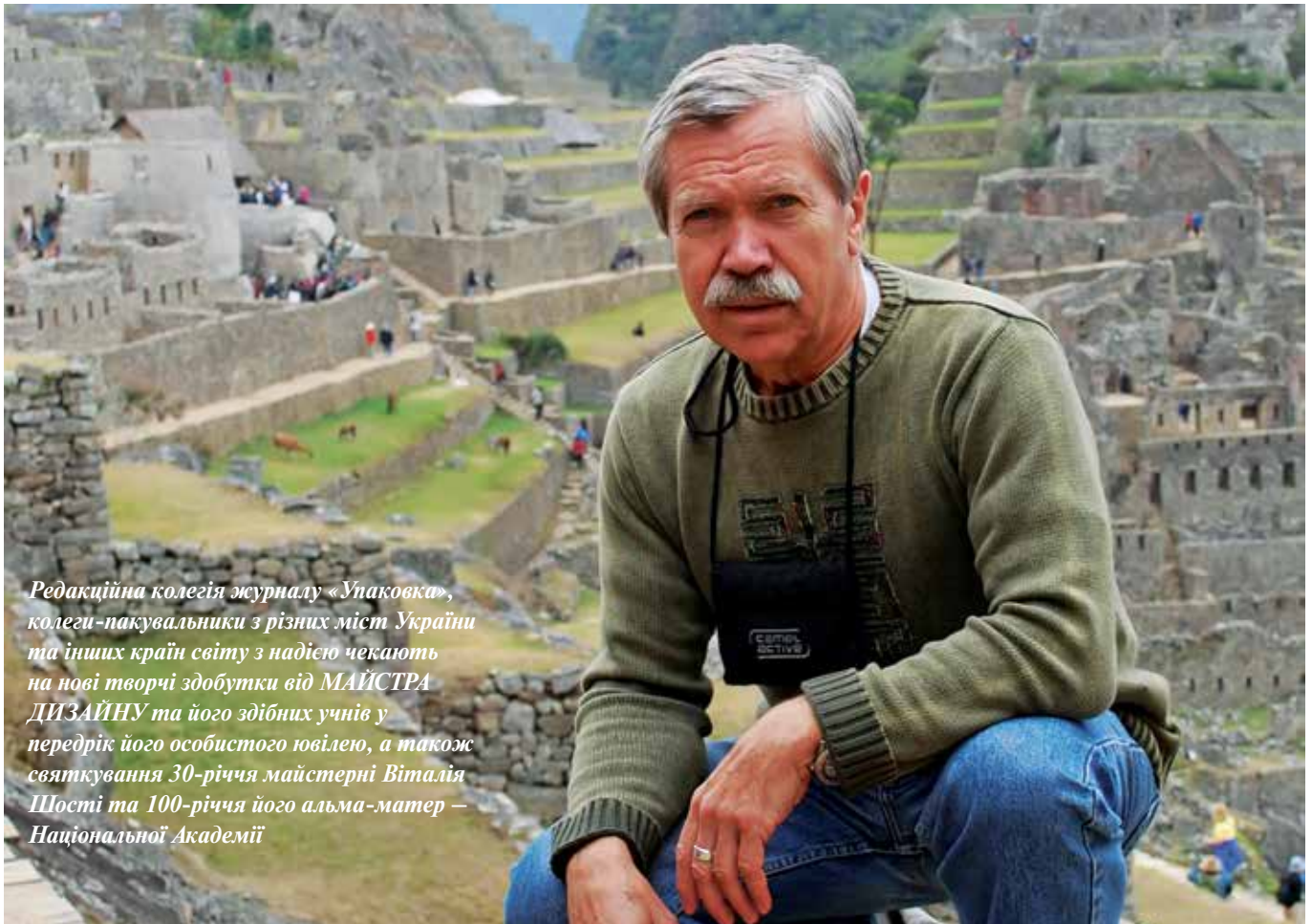


Павло Замотаєв,
доктор наук, директор ХГ «Консалтинг», член редакційної колегії з 1999 р., автор 17 публікацій у журналі.

П.З.: У багатьох Ваших графічних роботах присутні дуже глибокий сарказм і гумор. Ваш плакат «Отелло» можна було б використувати як логотип більшості

наших ЗМІ. Чи є місце для гумору в упаковці, і не на рівні студентських розробок, а реально комерціалізованих?

В.Ш.: Виразні і неймовірно оригінальні приклади застосування інтонацій вишуканого гумору в дизайні пакувань є у великій кількості. Напрочуд продуктивний спосіб встановити настроєвий контакт з потенційним споживачем бездоганно працює в різноманітних товарних сегментах, з різними типами та матеріалами пакувань. Печиво, напої, туалетний папір, стаканчики для кави, алкоголь, хліб, елементи одягу... — все стає бажаним, твоїм — ти ж бо до них посміхнувся. Але щось не помічаємо посмішок у наших торговельних центрах. *Ж*



Редакційна колегія журналу «Упаковка», колеги-пакувальники з різних міст України та інших країн світу з надією чекають на нові творчі здобутки від МАЙСТРА ДИЗАЙНУ та його здібних учнів у передрік його особистого ювілею, а також святкування 30-річчя майстерні Віталія Шості та 100-річчя його альма-матер — Національної Академії