

ИСКУССТВО. ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Образец ссылки на эту статью: Долгова У.Н., Оришев А.Б. Упаковка товаров в период Ренессанса // Бизнес и дизайн ревю. 2023. № 4 (32). С. 109-117.

УДК 74.01/.09

УПАКОВКА ТОВАРОВ В ПЕРИОД РЕНЕССАНСА

Долгова Ульяна Николаевна

*АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», Москва, Россия (129090, Москва, Протопоповский переулок, 9), студент направления «Маркетинг и реклама»,
dolgovauliana05@gmail.com*

Оришев Александр Борисович

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», Москва, Россия (129090, Москва, Протопоповский переулок, 9), доктор исторических наук, Orishev71@mail.ru

Аннотация. Данный реферат посвящен исследованию исторической роли упаковки в эпоху Ренессанса (XIV-XVI века). Объектом исследования является упаковка как неотъемлемый элемент культурного контекста, а предметом - ее эволюция, функциональное значение и влияние на искусство и общество. В реферате анализируется эволюция материалов, форм и декора упаковки в указанный период, а также их функциональное применение в хранении и транспортировке товаров. Также исследование раскрывает символическую и эстетическую роль упаковки как индикатора статуса и роскоши в обществе Ренессанса. Главный научный результат данного исследования заключается в выявлении важности упаковки, а также в ее влиянии на последующее развитие упаковочной индустрии и искусства дизайна. Реферат раскрывает уникальные аспекты этой эпохи, которые продолжают оказывать влияние на современные тенденции в упаковке.

Ключевые слова: упаковка товаров; история упаковки; Ренессанс; искусство; дизайн.

PACKAGING OF GOODS DURING THE RENAISSANCE

Dolgova Uliana Nikolaevna

*Institute of Business and Design (B&D), Moscow, Russia (129090, Moscow Protopopovskiy Lane, 9), student of the direction «Marketing and Advertising»,
dolgovauliana05@gmail.com*

Orishev Aleksandr Borisovich

Institute of Business and Design (B&D), Moscow, Russia (129090, Moscow Protopopovskiy Lane, 9), doctor of historical Sciences, Orishev71@mail.ru

Abstract. This research paper is dedicated to the study of the historical role of packaging during the Renaissance period (14th to 16th century). The object of the research is packaging as an integral element of the cultural context, and its subject is its evolution, functional significance, and influence on art and society. The paper analyzes the evolution of materials, shapes, and decoration of packaging during the specified period, as well as its functional application in the storage and transportation of goods. Additionally, the research uncovers the symbolic and aesthetic role of packaging as an indicator of status and luxury in Renaissance society. The primary scientific outcome of this research lies in recognizing the importance of packaging and its impact on the subsequent development of the packaging industry and the art of design. The paper reveals the unique aspects of this era that continue to influence contemporary packaging trends.

Key words: product packaging; packaging history; Renaissance; art; design.

Введение

В эпоху Ренессанса мир был пронизан не только величием искусства и науки, но также вниманием к деталям и красоте в повседневной жизни. В этом времени, когда человечество взлетело ввысь, возродив забытые знания и страсти, упаковка товаров приобрела особую значимость. Она стала не просто функциональным элементом, обеспечивающим сохранность и удобство в транспортировке товаров, но и проявлением искусства, символом роскоши и статуса. В данной работе мы исследуем, как упаковка товаров стала неотъемлемой частью культурного контекста этой эпохи. Рассмотрим эволюцию материалов, форм и декоративных элементов упаковки, а также раскроем ее функциональное значение. Упаковка перестанет быть всего лишь средством сохранения товаров – она станет искусством и символом богатства.

Цель исследования: рассмотреть эволюцию упаковки в период Ренессанса и выявить ее роль как культурного, художественного и функционального элемента, а также оценить влияние данной эпохи на развитие упаковочного искусства и практик в последующих исторических периодах.

Методы исследования

В процессе исследования были использованы следующие методы: контент-анализ статей из электронной библиотеки eLibrary.Ru и книг по этой теме, интервью с коллекционерами итальянской майолики.

Результаты исследования и их обсуждения

В Ренессансе упаковка товаров стала нечто большим, чем просто средство обеспечения целостности и безопасности товаров. Она стала отражением духа времени, где красота, изящество и тщательное внимание к деталям пронизывали каждый аспект жизни. Материалы, используемые для

упаковки, подвергались внимательному отбору. Мастера Ренессанса не только обеспечивали сохранность товаров, но и превращали упаковки в настоящие произведения искусства. Формы упаковки также становились все более изысканными [1]. От утонченных декантеров для вина до изысканных шкатулок для ювелирных изделий упаковка служила не только для удобства хранения, но и для подчеркивания статуса и вкуса её обладателей. Декоративные элементы на упаковке были чрезвычайно важны. Гравюры, скульптуры, росписи и вышивки украшали коробки, сундуки и футляры. Эти украшения служили не только для эстетического удовлетворения, но и для передачи символики и историй. Каждая упаковка могла рассказать собственную историю, олицетворяя вкус и стиль своего времени.

Первая художественно оформленная упаковка датируется серединой XIX в. С этого времени упаковка служила не только для содержания и защиты, но также заключала в себе идею образа бренда и сообщала нам что-либо о сущности продукта. Развитие и подъем городов и торговли привели к инновациям. Многие регионы, которые раньше были слишком отдаленными, стали доступными, что привело к увеличению потребности в упаковочных материалах. Одним из конкретных технологических достижений, сыгравших решающую роль в развитии упаковки, было изобретение выдувного стекла. Появились всевозможные стеклянные сосуды и емкости для хранения: бутылки, банки, аптечные пузырьки. Примерно в это же время появилось и другое изобретение – деревянная бочка, которая быстро стала одной из самых эффективных форм упаковки [2, с. 472]. Это позволило людям хранить и перевозить жидкости и сухие товары в больших количествах. После падения Римской империи большинство новых технологий и достижений пришли из неевропейских культур. Китай, где была изобретена первая бумага, внес огромный вклад в мир упаковки. На протяжении многих веков бумага стала выбором номер один для упаковки многих товаров по всему миру.

Благодаря влиянию культурных и художественных течений Ренессанса, дизайн упаковки стал не только функциональным, но и искусством. Упаковка перестала быть просто средством для хранения и стала символом статуса, роскоши и культуры. Этот период в истории упаковки оставил нам множество прекрасных образцов, которые до сих пор вдохновляют современных дизайнеров и искусствоведов, подчеркивая, как упаковка может быть более чем просто контейнером – она может быть произведением искусства, носителем истории и культуры [3, с. 168]. Признание взглядов итальянского Возрождения Европой объясняется желанием королей и герцогов показать свою индивидуальность и значимость, классические художники, работавшие в рамках средневековья, прославляют исключительно величие Бога. Новые идеи, возникшие сначала в Италии, были развиты гуманистами и писателями XV и XVI веков и вскоре проникли в Европу. Скорость их распространения зависела от политического и экономического положения и честолюбия правителей, но к середине XVI в.

классическая античность воспринимается уже лишь как часть традиционного декора.

Дизайн упаковки также нашел свое проявление в ренессансной живописи и скульптуре. Многие известные произведения искусства того времени изображали предметы в упаковке, что было символом богатства и роскоши. Эти изображения не только демонстрировали уровень развития дизайна упаковки, но и служили носителями культурных и искусствоведческих значений [4, с. 199]. Одним из самых известных и символических элементов Ренессанса была «коробка для Пандоры» – коробка, обычно изготовленная из дерева или слоновой кости, которая служила для хранения дорогих ювелирных изделий, писем или других сокровищ. Эти коробки были богато украшены резьбой, инкрустацией и миниатюрными живописными работами, что подчеркивало важность и ценность их содержимого.



Рисунок 1 – Ящик Пандоры

Книжная графика не сразу осваивает эту идеологию, до введения печатного прессы графика не могла развиваться столь скоро. С XVI в. рукописные визитки «Carte de Visite» быстро распространяются в Европе (Венеция, Флоренция, Париж), а с середины XVIII в. их начинают делать печатными способами. На оборотной стороне визитки стали дописывать, а потом и допечатывать различную личную и деловую информацию. С развитием почтового сообщения визитки не только разносились лично или с курьером, но и рассылались по почте в специальных конвертах с наклеенной маркой [5, с. 151].

Стоит сказать, что из-за политического изменения границ, перемещения войск, заключения альянсов по религиозным соображениям в Европе сложились весьма любопытные взаимосвязи. Одновременно с товарообменом происходит обмен идеями, модой и пристрастиями [6]. Однородность ренессансного декора стала результатом признания классического орнаментального словаря. Разнообразие ограничивалось слиянием ренессансных концепций с местными традициями.



Рисунок 2 – Итальянская майолика XV в.

В XVI в. в производстве керамики доминирует итальянская майолика. Майолика представляет собой изделия из цветной обожженной глины, покрытой глазурью, приглушенной окисью олова, это делало белую гладкую поверхность пригодной для росписи. Термин сначала относился к тонко расписанным люстровым изделиям XV в., ввозимым в Италию из южной части Испании, с Майорки. Дорогая люстровая керамика чаще всего заказывалась итальянской знатью, что способствовало повышению статуса гончарного искусства. Позднее техника распространилась по всей Европе, термин стал означать итальянские керамические изделия, глазурованные с применением окиси олова, независимо от того, люстровые они или нет. Роспись итальянской майолики отличается узорами с геральдическими изображениями и стилизованными дубовыми листьями, она делалась густым синим кобальтом. В этот период пигмент наносился непосредственно на сырую глазурь, затем изделие подвергалось обжигу. Тема взаимоотношений

содержимого и охраняющей его поверхности была для Ренессанса важна, но коммерческая составляющая пока еще не актуальна. Контакт с внешним миром и контекстом здесь нередко выражался в сюжетах росписей: свадебных – в сундуках-кассоне, библейских – на флягах паломников, мифологических – на других изделиях майолики [7, с. 77].

Большой интерес к античности, возникший в XVI в., отразился и на печатной продукции: это повысило роль графики. Художников вдохновляет идея создания «картинообразного украшения», то есть роспись библейских и мифологических сюжетов. Стиль получил название «istoriato». Как только начала применяться такая роспись, появилась возможность демонстрировать ее и коллекционировать [8, с. 138].



Рисунок 3 – Стиль росписи «istoriato» XV в.

Лукас Кранах, художник эпохи Возрождения, создал один из первых примеров продающего дизайна упаковки для аптекарских товаров Парацельса, которые продавались под маркой «Paragranum». На упаковке были изображены сложные иллюстрации растений и животных, а также латинские надписи с описанием содержимого и его применения. Хотя стоимость упаковки тогда не была такой важной составляющей, его работа внесла ценный вклад в развитие упаковки, как инструмента маркетинга.

Можно проследить изменения дизайна и этикетки упаковки. В 1728 г. вино и игристое вино стали разливать в бутылки, тщательно закупоривая их пробками, что придавало им особую герметичность для последующей транспортировки и продажи [9, с. 344]. Сложные охраняющие поверхности,

как и другие варианты многодельных конструкций, характерны, в частности, для китайской культуры. Здесь, в упаковке, воплощены характерные ее особенности, вне зависимости от физико-химических и коммерческих составляющих задачи. Граница, переход, контакт «вещи» и «пустоты» – одна из ключевых тем китайской культуры. Следует также учесть, что ей не свойственно противопоставление вещи и процесса, которые могут даже обозначаться одним и тем же иероглифом [10, с. 51]. Кроме того, под вещью понимается не только материальный предмет, но даже и «этические ценности и нравственные нормы». Анализируя предметы материальной культуры, необходимо обращать пристальное внимание на эту особенность понимания вещи и ее взаимоотношений с процессом. Тема вещи и процесса в ракурсе «бытие и становление» стала особенно актуальной на повороте от Ренессанса к барокко. Это противопоставление рассматривал как основополагающую черту в их различии Г. Вельфлин. Здесь необходимо обозначить не только, общекультурный, но и политико-социологический контекст [11, с. 43]. Рост индивидуализма и интенсивное развитие капиталистических отношений – процессы параллельные и взаимосвязанные. Человек пытается преодолеть рамки, поставленные ему судьбой и нарушить границы более высокой страты, чтобы войти в нее. Но в художественной культуре европейского Ренессанса сначала присутствует только стремление передать ценности бытия, покоящейся в себе формы. Тогда был первичен момент самоутверждения. Для этого необходима защита, сохранность содержимого. Экспансия вовне и активный контакт со средой – задача следующего этапа: барокко.

Выводы

Ренессанс оставил неизгладимый след в истории упаковочного искусства. В эпоху Ренессанса упаковка товаров превращалась в утонченное искусство, отражая не только функциональную цель защиты товаров, но и воплощая красоту и гармонию. Влияние этой эпохи продолжает ощущаться в современной индустрии упаковки и дизайна.

Список литературы

1. Панофский Э. Ренессанс и «ренессансы» в искусстве Запада / Э. Панофский; Эрвин Панофский; [пер. с англ. А.Г. Габричевского под ред. В.Д. Дажиной]. М.: Искусство, 1998. 362 с.
2. Ромашкина Л.В., Ломакин Д.В., Макеев П.В. История тары и упаковки от истоков до наших дней // Аллея науки. 2018. Т. 1. № 7(23). С. 472-478.
3. Бессуднова М.Б. Новгородские «выводы» 1480-х годов в свете ганзейских источников // Новгородский исторический сборник. 2014. № 14(24). С. 168-179.
4. Смирнова М.А. История возникновения и функции упаковки // Материалы международного научного форума «Образование. Наука. Культура»: Материалы международного научного форума «Образование. Наука. Культура». Гжель, 20 ноября 2019 г. Ч. 1. Гжель: Гжельский государственный университет, 2020. С. 199-201.

5. Дергилева Е.Н. История и дизайн визитки // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ - 2015): сборник материалов международной научно-технической конференции, Москва, 17–18 ноября 2015 г. / Том 4. М.: МТУДиТ, 2015. С. 151-153.
6. Тангейт М. Всемирная история рекламы. М.: Альпина Паблшер, 2008. 286 с.
7. Ахмеджанова У.Б. История и этапы возникновения и развития упаковки // Наука, образование и культура. 2019. № 6(40). С. 77-79.
8. Булгакова А. От Кранаха - к дю Пуаза иконография идеолога протестантизма Мартина Лютера в европейском изобразительном искусстве XVI-XIX веков // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата. 2017. № 1(17). С. 138-144.
9. Евлампие И. Ренессанс как неудача и как новое начало: концепция европейской истории в книге Владимира Библихина «Новый ренессанс» // Стасис. 2015. Т. 3. № 1. С. 344-363.
10. Верокьо В. Майолика из Кастелли (провинция Терамо) на восточном адриатическом побережье в XVI-XVIII вв. Современный уровень знаний и перспективы исследований // Поливная керамика Средиземноморья и Причерноморья X-XVIII вв.: под редакцией С. Г. Бочарова, В. Франсуа, А. Г. Ситдикова. Казань-Кишинев: Stratum plus, 2017. С. 51-67.
11. Фрейверт Л.Б. Дизайн упаковки как синтез коммерческих и мироустроительных категорий (на примере европейских и китайских проектов и проектных идей) // Проектная культура и качество жизни. 2019. № 14. С. 43-63.

References

1. Panofskii E. *Renessans i «renessansy» v iskusstve Zapada (Renaissance and “renaissances” in the art of the West)* / E. Panofskii; Ervin Panofskii; [per. s angl. A.G. Gabrichevskogo pod red. V.D. Dazhinoi]. М.: Iskusstvo, 1998. 362 p.
2. Romashkina L.V. *Istoriia tary i upakovki ot istokov do nashikh dnei (History of containers and packaging from origins to the present day)* / L.V. Romashkina, D.V. Lomakin, P.V. Makeev, *Alleia nauki*, 2018, Vol. 1, no 7(23), pp. 472-478.
3. Bessudnova M.B. *Novgorodskie «vyvody» 1480-kh godov v svete ganzeiskikh istochnikov (Novgorod “conclusions” of the 1480s in the light of Hanseatic sources)*, *Novgorodskii istoricheskii sbornik*, 2014, no 14 (24), pp. 168-179.
4. Smirnova M.A. *Istoriia voznikoveniia i funktsii upakovki (History of the origin and function of packaging)*, *Materialy mezhdunarodnogo nauchnogo foruma «Obrazovanie. Nauka. Kultura»: Materialy mezhdunarodnogo nauchnogo foruma «Obrazovanie. Nauka. Kultura»*. Gzhel, 20 noiabria 2019 g. Ch. 1. Gzhel: Gzhelskii gosudarstvennyi universitet, 2020, pp. 199-201.
5. Dergileva E.N. *Istoriia i dizain vizitki (History and design of business cards)*, *Dizain, tekhnologii i innovatsii v tekstilnoi i legkoi promyshlennosti (INNOVATSII - 2015): sbornik materialov mezhdunarodnoi nauchno-tekhnicheskoi konferentsii*, Москва, 17–18 noiabria 2015 g. Vol 4. М.: МТУДиТ, 2015, pp. 151-153.
6. Tangeit M. *Vsemirnaia istoriia reklamy (World history of advertising.)*. М.: Alpina Pabliisher, 2008, 286 p.
7. Akhmedzhanova U.B. *Istoriia i etapy voznikoveniia i razvitiia upakovki (History and stages of the origin and development of packaging)*, *Nauka, obrazovanie i kultura*, 2019, no 6(40), pp. 77-79.
8. Bulgakova A. *Ot Kranakha - k diu Puaza ikonografiia ideologa protestantizma Martina Liutera v evropeiskom izobrazitelnom iskusstve XVI-XIX vekov (From Cranach to du Poiz, the iconography of the ideologist of Protestantism Martin Luther in European fine art of the 16th-19th centuries)*, *Mir iskusstv: Vestnik Mezhdunarodnogo instituta antikvariata*, 2017, no 1(17), pp. 138-144.

9. Evlampie I. Renessans kak neudacha i kak novoe nachalo: kontseptsii evropeiskoi istorii v knige Vladimira Bibikhina «Novyi renessans» (Renaissance as a failure and as a new beginning: the concept of European history in the book by Vladimir Bibikhin “New Renaissance”), *Stasis*, 2015, Vol. 3, no 1, pp. 344-363.

10. Verokko V. Maiolika iz Kastelli (provintsiia Teramo) na vostochnom adriaticheskom poberezhe v XVI-XVIII vv. Sovremennyi uroven znaniy i perspektivy issledovaniy (Majolica from Kastelli (province of Teramo) on the eastern Adriatic coast in the 16th-18th centuries. Current level of knowledge and research prospects), *Polivnaia keramika Sredizemnomoria i Prichernomoria X-XVIII vv.: pod redaktsiei S. G. Bocharova, V. Fransua, A. G. Sitdikova*. Kazan-Kishinev: Stratum plus, 2017, pp. 51-67.

11. Freivert L.B. Dizain upakovki kak sintez kommercheskikh i miroustroitelnykh kategorii (na primere evropeiskikh i kitaiskikh proektov i proektnykh idei) (Packaging design as a synthesis of commercial and world-building categories (on the example of European and Chinese projects and design ideas)), *Proektnaia kultura i kachestvo zhizni*, 2019, no 14, pp. 43-63.

Работа поступила в редакцию: 15.10.2023 г.