

УДК 621.798:659.125

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ТЕМАТИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА ПОДАРОЧНОЙ УПАКОВКИ

Бодьян Л.А., Родимова Т.Д., Ипполитова М.Д.

ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»,
Магнитогорск, e-mail: bodyan_n@mail.ru

Данная статья посвящена рассмотрению особенностей разработки комплексного тематического дизайна упаковки подарочного набора косметической продукции ОАО «Свобода» для 6 наименований выпускаемой продукции в едином ключе, посвященного Победе в Великой Отечественной войне. Рассмотрена актуальность разработки дизайна упаковки, изучена специфика деятельности предприятия, проанализирован дизайн продукции, выпускаемой «Косметическим объединением «СВОБОДА», определена роль упаковки для товара и производителя. В статье показаны основные этапы разработки упаковки, сформулированы требования к предмету проектирования, проведен анализ аналогов косметической продукции, сформулирована концепция дизайн-проекта. Разработаны поисковые варианты, проработано окончательное концептуальное решение дизайна упаковки. Продуманы цветовое и шрифтовое решение, изобразительные образы, даны обоснования композиционных решений. В результате было предложено общее стилистически единое концептуальное решение тематического дизайна подарочного комплекта косметической продукции.

Ключевые слова: упаковка, графический элемент, стилистическое единство, тематический дизайн

FEATURES OF DEVELOPMENT OF THE THEMATIC DESIGN GIFT PACKAGING

Bodyan L.A., Rodimova T.D., Ippolitova M.D.

Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, e-mail: bodyan_n@mail.ru

This article deals with the peculiarities of the development of integrated packaging design theme gift set of cosmetic products «Freedom» for the 6 types of products, dedicated to the Victory in the Great Patriotic War. We consider the development of packaging design relevance, studied the specifics of the enterprise, to analyze product design, defines the role of the packaging for the product and the manufacturer. The article shows the main stages of the development of packaging, the requirements to the subject of design, the analysis of analogs of cosmetic products, formulates the concept of the design project. Search options are developed, the final conceptual decision of design of packaging is worked out. The color and font scheme, graphic images are thought over, justifications of composite decisions are given. stylistically unified conceptual solution design gift set of cosmetic products was proposed.

Keywords: packaging, graphic element, stylistic unity, thematic design

Для каждого предприятия-производителя продукции и любой организации, всегда актуальна разработка тематического дизайна фирменной продукции, приуроченного к празднованию знаменательных дат и событий. В частности, к празднованию Победы в Великой Отечественной войне. ОАО «Косметическое объединение «СВОБОДА» провело творческий конкурс молодых дизайнеров под названием «Я ПОМНЮ! Я ГОРЖУСЬ!» на разработку праздничного оформления подарочного набора продукции для ветеранов Великой Отечественной войны и всех тех, кто по действующему законодательству относится к категории «ветеран».

Цель исследования

Целью является разработка комплексного дизайна упаковки подарочного набора косметической продукции ОАО «Свобода» для 6 наименований выпускаемой продукции в едином ключе, посвященного Победе в Великой Отечественной войне.

Материалы и методы исследования

Материалы: продукция ОАО «Косметическое объединение «СВОБОДА»: серия косметических средств KRASIVA, Линия «Пародонтол», «Балет», «Эффект», зубная паста «Жемчуг» и другое.

Методы исследования: анализ литературных источников, анализ проектной ситуации, сравнительный анализ аналогов, обобщение, дизайн-проектирование.

Результаты исследования и их обсуждение

Упаковка является одним из важнейших элементов маркетинговой коммуникации – процесса передачи информации о товаре целевой аудитории [7]. Разработка конструкции и дизайна упаковки любой продукции всегда актуальна и состоит из ряда последовательных этапов исследовательской и проектной работы [8].

Подготовительный этап предполагает проведение анализа необходимой информации о предприятии – ОАО «Косметическое объединение «СВОБОДА», определение целевого потребителя, проведение анализа

дизайна упаковки его продукции. Анализ показал, что в дизайне существующих видов упаковки «Косметического объединения «СВОБОДА» отсутствует единое стилевое решение (рис. 1) [4].

Единое смысловое и стилистическое решение в дизайне означает, что на поверхности подарочной коробки и каждой из упаковок косметических изделий, входящих в набор, должны быть нанесены похожие изображения, воплощающие идею победы советского народа над фашистской Германией.

Вторым этапом является формулировка требований к предмету проектирования. Общие требования к объектам и предмету проектирования были сформулированы производителем косметической продукции ОАО «Косметическое объединение СВОБОДА»:

- художественные (оригинальность художественно-графического оформления, креативный дизайн конструкции);
- технические (возможность промышленного производства, возможность использования современных материалов, удобство сборки, амортизационная функция упаковки, обеспечивающая сохранность продукции при падении);
- эмоциональные (оригинальность, привлекательность).

Дизайн рекламно-информационной продукции стилистически должен соответствовать целевой аудитории. Целевым по-

ребителем является взрослая аудитория, она значительна и ее нельзя ограничивать возрастными и социальными рамками, следовательно, дизайн должен быть в определенной степени универсальным. Перечень продукции не предназначен для лечебно-профилактического использования. Ценовая категория продукции рассчитана на среднестатистический достаток российского потребителя. Продукция распространяется по всей России.

К тексту предъявляются особые требования – он должен быть понятным по содержанию, написанию, полиграфическому воспроизведению. В тексте должна содержаться полезная информация о составе продукции, необходимая для потребителя.

Заказчиком определены общие требования к форме коробки: прямоугольная, со сходящимися кверху сторонами для стягивания в верхней части тесьмой. Размер и форма должны быть определены, исходя из внутреннего объема упаковки, которая должна вмещать и фиксировать 6 единиц продукции ОАО «СВОБОДА», которые будут вложены в упаковку (мыло туалетное, зубная паста, крем для лица, крем для ног, шампунь, крем после бритья). Размер развертки коробки: длина – 140 мм, ширина – 65 мм, высота – 250 мм (примечание: верхняя часть упаковки высотой 50 мм используется для фиксации содержимого набора тесьмой, выполненной в цветах георгиевской ленты).



Рис. 1. Продукция «Косметического объединения «СВОБОДА»

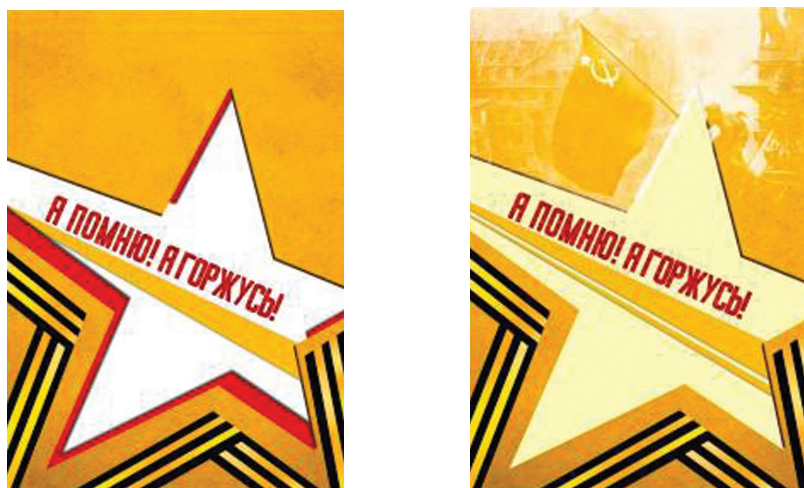


Рис. 2. Поисковые варианты дизайна

Проанализировав проектную ситуацию и определив основные проблемы, переходим к формулированию концепции. Исходя из основной проблемы, решающую роль в общем дизайне будет играть единое стилевое решение, современный, оригинальный дизайн, эргономичность и практичность упаковки. Концепция заключается в создании эксклюзивного подарочного набора косметической продукции, посвященного Победе в Великой Отечественной войне. Разработанный дизайн должен способствовать конкурентоспособности упаковочной продукции подарочного сегмента с тематической направленностью. Дизайн подарочного комплекта должен формировать эмоциональный патриотический посыл, обращенный к старшему поколению; стимулировать интерес молодого поколения к изучению истории Великой Отечественной войны. Разработанный дизайн должен позволять идентифицировать фирму-производителя, выделяя ее среди конкурентов и в целом способствовать продвижению компании на соответствующем целевом рынке. Исходя из анализа существующих констант фирменного стиля и объектов проектирования, в дизайне должны присутствовать следующие цвета: теплые оттенки желтого и красного цветов. Используемые цвета не должны вызывать негативных, угнетающих эмоций [3].

Приступая к работе над дизайном, необходимо рассмотреть и проанализировать аналоги фирменных стилей организаций, занимающихся производством косметической продукции, а также тематической продукции, посвященной Победе в ВОВ. В ходе

анализа аналогов косметической продукции выявили, что нельзя выделить характерные цвета и графические элементы, которые должны быть доминирующими в тематическом дизайне, посвященном Победе. В тематическом дизайне в основном преобладают победоносные символы, образы, при этом, предпочтительнее изображения звезды, георгиевской ленты, гвоздик, флага СССР и др.

Следующим этапом проектирования является разработка поисковых вариантов дизайна подарочной коробки (рис. 2). Из рассмотренных вариантов, предпочтение было отдано последнему, так как стилизация графического элемента более оригинальна и соответствует тематике Победы в Великой Отечественной войне. Кроме того он привлекает к себе внимание потребителя, а также является ярким и запоминающим элементом. В разработанном дизайне георгиевская лента является символом, объединяющим две эпохи. Она воплощает идею Победы советского народа над фашистской Германией.

На этапе конструирования формы в результате проведенного анализа существующих конструкций упаковок, удовлетворяющих вышеизложенному требованию заказчика, был сделан вывод, что подходящей конструкции среди стандартных коробок, не существует. В связи с чем, необходима дополнительная проработка конструктивных особенностей упаковки. Продумывались варианты, в которых конструктивные особенности предложенной упаковки позволяют уйти от использования для фиксации содержимого набора тесьмой, выполненной в цветах георгиевской

ленты. Так как использование дополнительных упаковочных средств увеличивает себестоимость продукции за счет самого ленточного материала и усложнения операции упаковывания. Образ самой георгиевской ленты присутствует в графическом дизайне упаковочной продукции. Вместо этого форма замка-застежки в виде звезды легкой и надежнее фиксируется без дополнительных материалов. Итоговый вариант конструкции более простой и эргономически целесообразный, по сравнению с заявленным в техническом задании.

Итоговый вариант дизайна подарочной коробки представлен на рис. 3.



Рис. 3. Итоговый вариант дизайна подарочной коробки

На основе предложенного концептуального стилизового решения подарочной упаковки, в том же стиле был разработан дизайн разверток упаковки туалетного мыла, зубной пасты, крема для лица, крема для ног, шампуня и крема после бритья (рис. 4). Для демонстрации единого стилиобразующего начала использовались подобные средства графического дизайна и средства композиционного построения [6]. Комплект подарочного набора косметической продукции представлен на рис. 5.

Таким образом, сохраняется единое стилизовое решение как в дизайне подарочной упаковки, так и в дизайне продукции, которая будет в неё вложена.

Заключение

В результате анализа аналогов и разработанных вариантов, был разработан общий стиль графического дизайна подарочного комплекта косметической продукции. Разработаны поисковые варианты, в результате их анализа, выбрано окончательное проектное решение дизайна комплекта упаковок, доработаны выбранные варианты в едином стиле, при этом выдержано соответствие фирменному стилю. Предложенный дизайн соответствует выпускаемой продукции (косметическая продукция), не вызывает негативных эмоций, отличается выразительностью, лаконичностью.



Рис. 4. Дизайн разверток



Рис. 5. Комплект подарочного набора косметической продукции

Данная полиграфическая продукция полностью соответствует требованиям заказчика, соответствует военной тематике, содержит изображения, воплощающие идею Победы советского народа над фашистской Германией. Выбран простой и понятный шрифт. Обладает отличительным дизайном, наличием визуальных графических образов, характерных для Победы в Великой Отечественной войне: георгиевская лента, изображения звезды, гвоздик, флага СССР, поднятого советским солдатом в Берлине. Фотографические образы добавляют содержательной информативности. Характер линейной графики соответствует общему образу. Нет перегруженности лишними графическими элементами.

Разработанный комплексный дизайн полиграфических материалов выполнен в едином стиле, который будет способствовать созданию позитивного образа компании, ее продукции и выделит ее среди конкурентов.

Работа выполнена в рамках творческого конкурса молодых дизайнеров под названием «Я ПОМНЮ! Я ГОРЖУСЬ!» на разработку праздничного оформления подарочного набора продукции для ветеранов Великой Отечественной войны и всех тех, кто по действующему законодательству относится к категории «ветеран». По итогам рассмотрения конкурсных работ данной творческой работе, присуждено звание лауреата конкурса, проект отмечен специальным дипломом и памятным подарком. Этот

и другие подобные творческие дизайнерские проекты выполняются творческими коллективами, в которые, как правило, входят студенты, получающие дизайнерское образование. Участие студентов в реальных практических дизайн-проектах в период обучения в вузе является примером реализации контекстно-модульного подхода к обучению. Что способствует не только выработке качеств целостного видения, осознанного понимания и интегрированного творческого подхода к решению будущих профессиональных задач, но и позволяет формировать профессионально активную личность, способную к самоорганизации, постоянному саморазвитию и самореализации в профессиональной и социальной среде, в целом способствует эффективному развитию конкурентоспособных качеств будущего дизайнера [1, 2, 5].

Список литературы

1. Бодьян Л.А. Развитие конкурентоспособности студентов технического вуза на основе контекстно-модульного подхода: Дисс. ... канд.пед. наук. – Магнитогорск, 2009. – 202 с.
2. Бодьян Л.А., Бодьян А.Н. Структура и существенные характеристики конкурентоспособности студентов технического вуза // Общество, наука и инновации: сборник статей Международной научно-практической конференции: в 4-х частях. редколлегия: А.А. Сукиасян (ответственный редактор), Р.Г. Юсупов, Г.Д. Овакимян. 2013. – С. 93–96.
3. Бодьян Л.А., Медяник Н.Л., Савочкина Л.В. Основы теории цвета // Физиологические и психологические основы цветосприятия: учебное пособие – Магнитогорск, 2010. – С. 90.
4. ОАО «Косметическое объединение «Свобода»: официальный сайт ОАО «Косметическое объединение «Свобода» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.svobodako.ru> (дата обращения: 10.01.2015).
5. Практика реализации контекстно-модульного подхода в профессиональном образовании / Варламова И.А., Гирева Х.Я., Калугина Н.Л., Бодьян Л.А., Бодьян А.Н. // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 6-2. – С. 339–342.
6. Прач М. Д., Родимова Т. Д. Особенности использования графических средств в дизайне упаковочной и полиграфической продукции // науч. журнал «Молодой ученый». – Казань: Изд-во «Молодой ученый». – 2015. – № 11 (91). – С. 854–857.
7. Роль дизайнера в современном упаковочном производстве / Бодьян Л.А., Агапова И.Б., Трофимов Д.В., Ерочкина И.В. // Химия. Технология. Качество. Состояние, проблемы и перспективы развития: межвузовский сборник научных трудов. – Магнитогорск, 2009. – С. 23–25.
8. Специфика и содержание исследовательских умений студентов технического университета / Бодьян Л.А., Варламова И.А., Гирева Х.Я., Калугина Н.Л., Калугин Д.А. // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 11-5. – С. 785–787.