

УДК 659.154/.125.6

СРЕДСТВА КОМПОЗИЦИИ И ДИЗАЙНА В УПАКОВОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ РАЗНЫХ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ**Бодьян Л.А., Бондарева А.Д., Родимова Т.Д.***ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»,
Магнитогорск, e-mail: bodyan_n@mail.ru*

Данная статья посвящена рассмотрению практического применения средств графического дизайна и средств композиции в дизайне подарочной упаковки для разных целевых аудиторий. Рассмотрены особенности разработки подарочной упаковочной продукции для всей семьи, а именно: мужской, женской и детской. В статье приведены особенности использования основных средств композиции и средств графического дизайна в работе над созданием подарочной упаковочной продукции. Для каждой группы потребителей (мужской, женской, детской) продумано композиционное решение, представлена разница в подаче характерных средств графического дизайна, в том числе предложено возможное цветовое решение, представлен поиск изобразительных образов, даны обоснования композиционных решений. В статье показана важность грамотного использования средств графического дизайна и средств композиции для создания качественной дизайн-продукции, а также актуальность использования графического дизайна в современном мире.

Ключевые слова: графический элемент, средства графического дизайна, средства композиции, графический дизайн, упаковка

MEANS OF COMPOSITION AND DESIGN IN PACKAGING PRODUCTS FOR DIFFERENT CONSUMER GROUP**Bodyan L.A., Bondareva A.D., Rodimova T.D.***Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, e-mail: bodyan_n@mail.ru*

This article is devoted to consideration of practical application of means of graphic design and means of composition in design of a gift box for different target audiences. Features of development of gift packing production for all family are considered, namely: men's, women's and children's. In article features of use of fixed assets of composition and means of graphic design are given in work on creation of gift packing production. For each group of consumers (men's, women's, children's) the composite decision is thought over, the difference in giving of characteristic means of graphic design is presented, including the possible color scheme is proposed, search of graphic images is presented, justifications of composite decisions are given. Importance of competent use of means of graphic design and means of composition for creation of qualitative design production, and also relevance of use of graphic design in the modern world is shown in article.

Keywords: graphic element, means of graphical design, means of composition, graphic design, packaging

Главная идея графического дизайна – оптимальное сочетание эстетической составляющей разрабатываемого объекта и сохранения за ним всех функциональных и рекламных возможностей.

Графика используется как средство передачи на плоскости той или иной смысловой информации, а также чисто художественной разработки.

Несмотря на значительные отличия средств графического дизайна друг от друга, все они предназначены для обеспечения так называемой коммуникативной функции – функции общения, и объединяет их общий язык наглядных образов [1].

Среди основных средств графического дизайна можно выделить следующие: линии, формы, текстуру, цвет. Проанализируем особенности их реализации. Существуют физические линии: контурные, создающие границы вокруг или внутри объекта, разделительные, делящие пространство, и декоративные, используемые для украшения объекта. Дизайнеры используют формы,

чтобы создавать движение, текстуру и глубину, передавать настроение и эмоции, вести взгляд зрителя от одного элемента дизайна к другому. Существует три основных типа форм: геометрические – круги, квадраты, треугольники; природные – формы, встречающиеся в природе; абстрактные – это стилизованные или упрощенные изображения натуральных форм. Рассмотрим подробнее геометрические формы. Круг символизирует бесконечность, дает ощущение чувственности и любви. Квадрат и прямоугольник олицетворяют стабильность, равенство и порядок. Треугольники представляют действие, направляют движение, в зависимости от того, в какую сторону они указывают. Текстура – это отличный способ придать определенное настроение дизайну. Наиболее популярные текстуры – бумага, камни, ткани и природные элементы. Цвет представляет самый мощный визуальный эффект с первого взгляда. Цвет должен выражать эмоциональные, психологические ощущения, но когда речь идет

об использовании цвета в дизайне, то нужно учитывать характер дизайн-продукции, возрастные и социальные особенности целевой аудитории [4, 5, 8].

Важную роль при разработке различной графической продукции играют также средства композиции. К ним относятся: контраст, нюанс, ритм, модуль, пропорциональность, масштабность, композиционная целостность, тождество, равновесие, динамичность, статичность, симметрия, асимметрия и т.д.

Контраст представляет собой резкое различие элементов по следующим категориям: размер, форма, тон, цвет, отношение к пространству и т.д. Нюанс применяется для обозначения элементов, незначительно отличающихся в композиции по тем же категориям, что и контраст. Важнейшим признаком ритма является повторяемость элементов и интервалов между ними. Ритмические повторы могут быть: равномерными, убывающими или нарастающими. Модуль является универсальным средством дизайна. Это величина, главная особенность которой – кратность к целому произведению. Пропорциональность предполагает правильное соотношение частей композиции друг с другом и со всей композицией в целом. Масштабность – это наиболее сложное средство композиции, которое характеризует соразмерность предметов в сравнении друг с другом.

Композиционная целостность достигается тогда, когда в композиции предусмотрено равновесие, т.е. такое состояние формы, при котором все элементы и части сбалансированы между собой. Композиция может быть динамической, в которой обязательно присутствуют зрительное развитие, изменение, движение, и статической, находящейся в ярко выраженном состоянии покоя, равновесия, устойчивости. Симметрия применяется для тождественного расположения элементов относительно точки, оси или плоскости симметрии, воспринимаемых глазом как особый вид упорядоченности равновесия и гармонии. Асимметрия является отсутствием или нарушением симметрии [5, 10].

Цель исследования. Рассмотрение практического применения средств графического дизайна и средств композиции в работе над дизайном некоторых видов упаковочной продукции для разной целевой аудитории.

Материалы и методы исследования

Методы исследования: анализ литературных источников, обобщение, дизайн-проектирование.

Результаты исследования и их обсуждение

Конкурентоспособность современного дизайнера определяется не только качеством его деятельности, но и качеством его личности, а также степенью соответствия потенциальных возможностей и реализованного умения самостоятельно организовать свою деятельность запросам заказчиков [2]. Комплекс конкурентозначимых качеств должен быть сформирован еще на этапе профессионального обучения. Систему учебных заданий (в том числе и тематических творческих) необходимо формировать с контекстом на будущую профессиональную деятельность дизайнера, т.е. необходим контекстно-модульный подход к обучению. Важно на начальном этапе обучения выбрать механизмы взаимодействия для адаптации студентов к профессиональному образованию в области дизайна, а также сформировать исследовательские умения в процессе творческо-самостоятельной работы студентов, умение диагностировать и анализировать состояние проблемы, находить оптимальные пути решения поставленных задач [6, 9].

Рассмотрим особенности практического применения будущими специалистами средств графического дизайна и средств композиции в работе над дизайном подарочной упаковки для разных целевых аудиторий. А именно: на примере разработки дизайна линейки некоторых видов упаковочной продукции для мужчин, женщин и детей. Этап выделения групп потребительской аудитории и изучения ее особенностей важен при работе над любым видом графического дизайна [3]. Указанные группы потребителей отличаются не только физиологически, но и психологически по-разному воспринимают окружающий мир. В связи с чем цветографическая и композиционная составляющие упаковочной продукции, влияющие на эмоциональную составляющую потенциального покупателя, должны иметь существенные отличия. Например, на женщин большее воздействие произведут композиции, вызывающие нежность, заботливость, расслабленное состояние. Для мужской целевой аудитории важнее темы мужественности, силы, профессионализма и т.д. Для детей важнее эмоции радости, игры, защищенности и т.п.

Первой будет представлена мужская подарочная упаковка (рис. 1). Мужчины более стратегичны, нежели практичны, в отличие от женщин. Им важны понятность цели и содержание дизайна. Они чаще отдают предпочтение простому и лаконичному дизайну.

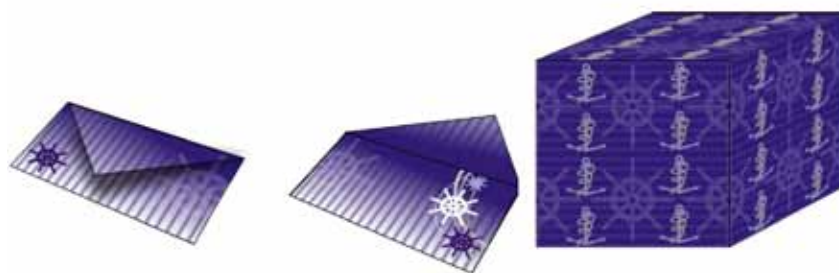


Рис. 1. Упаковочная продукция мужская

Разные типы линий имеют множество применений. Линии одинаковой толщины, размещенные на одинаковом расстоянии, создают статический, упорядоченный и строгий эффект, который присущ мужскому характеру. Такие линии дают ощущение надежности, перспективы, спокойствия и стабильности. Изогнутые линии, представленные на данном изображении мужской упаковки, дают представление свисающих канатов, разность их толщин и цвета привносит динамику. Также изогнутые линии могут создавать эффект движения, падения или парения в воздухе.

Формы графических элементов являются мощным способом визуальной коммуникации. Существует три основных типа форм: геометрические – круги, квадраты, треугольники; природные – формы, встречающиеся в природе; и абстрактные – это стилизованные или упрощенные версии натуральных форм [5, 7]. В данной упаковке мы будем использовать абстрактные формы, так как они являются наиболее универсальными и ясными для мужского дизайна.

Собираательные графические образы штурвала и якоря из морской тематики помогают угадать зрителю мужской характер дизайна. Различные по цвету и размеру указанные графические образы привлекают внимание, повторяя динамику линий, находящихся на заднем плане, создают ощущение закреплённости на них. Полупро-

зрачные штурвалы, находящиеся в нижней части мужской упаковки и на листе упаковочной бумаги перекликаются с основными, добавляют некоторый нюанс в композицию и проводят четкую линию мужской упаковки. Симметричное и статичное расположение элементов на упаковочной бумаге придает строгость, четкость и порядок.

В колористике выделяется и такое важное композиционно-художественное свойство цвета, как его эмоциональное воздействие на человека. Оттенки синего цвета задают основу морской тематики. Этот цвет совмещает в себе два противоположных психологических эффекта. В одном случае синий цвет выражает тишину и доверие, он приятен глазу и действует успокаивающе. В другом же случае, синий – цвет мужественности, решительности и морской силы. Глубокий синий также ассоциируется с быстрым, шумным и непредсказуемым морским характером [4].

Рассмотрим особенности женской подарочной упаковочной продукции (рис. 2). Несмотря на практичность женской психологии, для нее более важна визуализация. Им интереснее образы, которые вызовут приятные ассоциации, желания или воспоминания. Поэтому для этой аудитории потребителей необходим более красочный дизайн, с проработкой мелких деталей, с демонстрацией утонченности и изысканности.

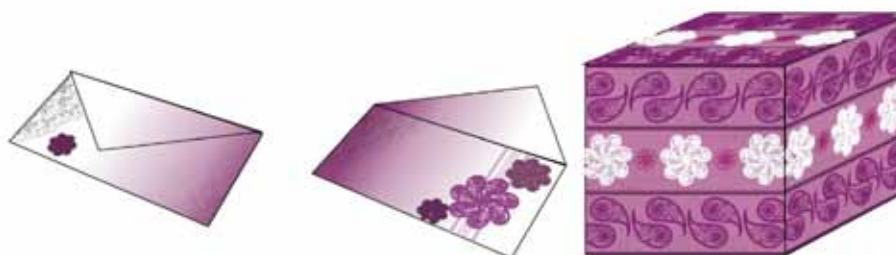


Рис. 2. Упаковочная продукция женская

Данной упаковке подходят более плавные и тонкие линии, которые служат в том числе для придания равновесия композиции. В композиции достаточно статичное расположение всех элементов, что говорит нам о постоянстве и четкости. Линии придают стройность, статность и сдержанность. В противоположность им в композиции присутствует цветочный орнамент. Он соткан из тонких линий и отображает нежность и хрупкость, утонченность, изысканность. Все это в совокупности делает орнамент наполненным и сложным. Он говорит о загадочности и непостижимости, практичности и слабости – чертах, которые присущи женщине. Фоновый полупрозрачный узор позволяет привнести легкости и воздушности в визуальный образ.

Цветовая гамма выбрана в достаточно светлых сливовых и пурпурных тонах. Плавные переходы от пурпурного к белому создают впечатление легкости и мягкости композиции. Глубокие сливовые оттенки говорят о сдержанности и солидности женщины, но в то же время придают композиции нежность и обаятельность [4].

Далее рассмотрим особенности детской подарочной упаковочной продукции (рис. 3). Для детской психологии очень важна фантазия и игра: игра в цвете, игра в изобилии графики, игра в образах. Но особая сложность заключается в том, что дизайн для детей нужно, как правило, совместить и донести через взрослую аудиторию, через родителей.

некоторую загадочность, возможность дофантазировать, а может быть и дорисовать новые образы. Разноцветные квадраты также могут вызывать ассоциацию с детскими игровыми кубиками. Некоторые линии отличаются толщиной для большего акцентирования контраста с мелкими деталями. Собирательные графические образы кубиков, цветов и пуговиц дают понять, что пол ребенка не определяется строго. Такая упаковка является универсальной, ее можно подарить как мальчику, так и девочке.

Для детей, в отличие от взрослых, одну из главных ролей играют цвета выбранной упаковки. Использование ярких, насыщенных и веселых тонов позволяет нам привлечь внимание ребенка. Все тона созвучны между собой, но в то же время создают достаточно контрастный образ подарочной упаковочной продукции.

Заключение

Таким образом, графический дизайн – это художественно-проектная деятельность, направленная на создание или изменение визуально-коммуникативной среды. Грамотное использование средств графического дизайна и средств композиции, знание особенностей их применения позволяют создавать качественную дизайн-продукцию, не только привлекающую внимание различных потребителей, но и обеспечивающую дизайнеру более высокий профессиональный и социальный статус, продолжительный спрос на его услуги на соответствующем



Рис. 3. Упаковочная продукция детская

Данному типу подарочной упаковочной продукции свойственны упрощенность и яркость. Композиция состоит из простых геометрических фигур, которые в совокупности составляют несложные и интересные элементы, стилизованно напоминающие окошки в детском димике. В целом они задают игровое настроение упаковке,

отраслевым рынком труда. Грамотно используя лишь основные элементы графического дизайна и особенности композиционного построения, мы можем создавать продукцию, предназначенную для разной целевой аудитории, в данном случае для всей семьи, изменяя цвето-графические решения и добавляя новые образы в композицию.

Список литературы

1. Бизнес-центр «АЛЬТЕЗА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://la-graphics.ru/poligraphy/graficheskiy-dizayn/>.
2. Бодьян Л.А., Бодьян А.Н. Структура и сущностные характеристики конкурентоспособности студентов технического вуза // Химия. Технология. Качество. Состояние, проблемы и перспективы развития: межвузовский сборник научных трудов. – Магнитогорск, 2009. – С. 179–183.
3. Бодьян Л.А., Ерошкина И.В. Разработка фирменного знака // Химия. Технология. Качество. Состояние, проблемы и перспективы развития: межвузовский сборник научных трудов. – Магнитогорск, 2009. – С. 34–41.
4. Бодьян Л.А., Медяник Н.Л., Савочкина Л.В. Основы теории цвета. Физиологические и психологические основы цветовосприятия: учебное пособие. – Магнитогорск, 2010. – 90 с.
5. Бодьян Л.А., Родимова Т.Д. Практика применения средств композиции и средств графического дизайна // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 12–2. – С. 347–351; URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=10838> (дата обращения: 10.03.2017).
6. Изучение основных компонентов адаптации студентов к профессиональному образованию в техническом вузе и особенности механизма их взаимодействия / И.А. Варламова, Х.Я. Гирева, Н.Л. Калугина, Л.А. Бодьян, Н.А. Чурляева // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 3. – С. 279.
7. Основы графического дизайна. Формы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://domashev.ru/blog/formy-kak-element-graficheskogo-dizajna/>.
8. Прач М.Д., Родимова Т.Д. Особенности использования графических средств в дизайне упаковочной и полиграфической продукции // Молодой ученый. – 2015. – № 11 (91). – С. 854–857.
9. Теоретические аспекты формирования исследовательских умений студентов университета в процессе самостоятельной работы / Н.Л. Калугина, Д.А. Калугин, Л.А. Бодьян, И.А. Варламова, Х.Я. Гирева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – С. 938.
10. Файловый архив StudFiles [Электронный ресурс]: Основные средства композиции, 2014. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/5797395/page:15/> (дата обращения: 14.10.16).