П.Р. ГАЙДАРЖИ
Магистрант 1 курса факультета «Графический дизайн», Московский Политехнический Университет
e-mail: gaidarzhi.polina@yandex.ru

Д.А. КОНЯКИНА
Магистрант 1 курса факультета «Графический дизайн», Московский Политехнический Университет
e-mail: daruj@yandex.ru

И.С. САМОЙЛЕНКО
К. э. н., доцент. Профессор каф. ХТОПП Института графики и искусства книги имени В.А. Фаворского. Московский Политехнический Университет
e-mail: irina333@yandex.ru

P.R. GAIDARZHI
1st year master's student of the Faculty of Graphic Design, Moscow Polytechnic University
e-mail: gaidarzhi.polina@yandex.ru

D.A. KONYAKINA
1st year master's student of the Faculty of Graphic Design, Moscow Polytechnic University
e-mail: daruj@yandex.ru

I.S. SAMOYLENKO
Prof. PhD. Moscow Polytechnic University
e-mail: irina333@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2024_3_2_198_214

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ FLAT STYLE ИЛЛЮСТРАЦИИ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ FMCG БРЕНДОВ

POSSIBILITIES OF USING FLAT STYLE ILLUSTRATIONS IN DESIGNING THE PACKAGING DESIGN OF FMCG BRANDS

В статье исследуются особенности использования иллюстрации в оформлении упаковки FMCG брендов. Рассмотрены основные функции упаковки, методы, формы и способы ее воздействия на потребителей, характеристики, определяющие качественный дизайн упакованной продукции. Уточняется понятие flat style иллюстрации в рамках понятия flat design (плоский дизайн). Исследуются и анализируются особенности flat style иллюстрации в дизайне упаковки и особенности его применения для реализации коммуникативных свойств упаковки FMCG брендов, приводятся примеры использования стиля в оформлении упаковки.

The article examines the features of using illustrations in the design of FMCG brands packaging. The main functions of packaging, methods, forms and ways of its impact on consumers, characteristics that determine the quality design of packaged products are considered. The concept of flat style illustration is clarified within the framework of the concept of flat design. The features of flat style illustration in packaging design and the features of its application for the implementation of the communicative properties of FMCG brands packaging are investigated and analyzed, examples of the use of style in packaging design are given.

Ключевые слова: упаковка, дизайн упаковки, иллюстрация, плоский дизайн, плоская иллюстрация, FMCG брендинг.
Keywords: packaging, packaging design, illustration, flat design, flat style, flat style illustration FMCG branding.

Введение

Бренды находятся в постоянном поиске наиболее эффективных способов взаимодействия со своей аудиторией во всех точках контакта в ситуации постоянной изменчивости ее потребностей и запросов не только самого продукта бренда, но и в области визуальной коммуникации. Это особенно важно для брендов товаров повседневного спроса (FMCG товары (аббревиатура с английского расшифровывается как Fast-Moving Consumer Goods), поэтому для них важно быть на волне трендов в том числе и трендов визуальной коммуникации.

Самая важная точка визуального контакта FMCG бренда — полка ритейла, а самым важным носителем визуальной информации, транслирующей смыслы бренда, является его упаковка. Их упаковка должна объяснять назначение товара при беглом взгляде. Упаковка влияет на эмоции человека и его выбор. Оказавшись перед полкой с сотней одинаковых товаров, он не будет вчитываться в подробный состав продукта или историю его возникновения. Он отдаст предпочтение тому, что уже знает, или тому, чья упаковка вызовет впечатление при первом взгляде. Уже после того, как человека заинтересовала упаковка конкретного бренда, она должна полностью удовлетворить его любопытство в области состава продукта, сроках годности, данных об изготовителе, способе и вариантах его использования и т. д. Именно поэтому исследование использования различных художественных инструментов и стилей в проектировании дизайна упаковки является сегодня актуальной задачей. Как отмечают современные исследователи, «визуальные "вкусы" потребителя меняются регулярно, визуальная привлекательность продукта зависит от того, с каким типом визуальной коммуникации чаще сталкивается потребитель» [1, с. 159], поэтому в своей статье мы обратимся к возможностям так называемого плоского дизайна (flat design), который стал популярным в формировании визуальных сообщений из-за развития интернет-коммуникаций. Е.В. Васильева и Ж.С. Гарифуллина (Аристова) считают, что функциональные преимущества, а именно простота и понятность как на стадии создания, так и в процессе восприятия, а также легкость в воспроизведении, обусловили популярность этого художественного стиля, а также удобство масштабирования в различных дизайн системах [2, с. 43]. На сегодняшний момент исследования восприятия аудиторией данного стиля проводятся, в основном, в контексте дизайна интерфейсов (I. Burmistrov, T. Zlokazova, A. Izmalkova, A. Leonova [3], Н.И. Хорунжая [4, с. 637]), однако некоторые исследователи затрагивают и смысловые, семиотические его особенности. Так, например, А.В. Панкратова считает, что «смысловой особенностью плоского дизайна является отрицание эстетической иерархии» что является «является следствием идеологии социального равенства» [5, с. 421]. Однако особенности использования данного стиля в оформлении упаковки FMCG бренда не исследовалась ранее, что и определяет новизну направления исследования, представляемого в данной статье.

Метод исследования

Для решения поставленных задач использовались общенаучные методы исследования в рамках сравнительного, логического и статистического анализа. В качестве источников информации использовались, научные и экспертные статьи, а также кейсы коммуникационных и брендинговых агентств, находящиеся в открытом доступе.

Роль иллюстрации в дизайне упаковки FMCG брендов

Под термином «упаковка» понимают средство или комплекс средств (материалы, предметы, устройства), обеспечивающих защиту продукции от окружающей среды, от повреждения, потерь и облегчающих процесс обращения: транспортирование, хранение и реализацию (ГОСТ 17527–72 «Упаковка. Общие понятия. Термины») [6].

С точки зрения маркетинга, упаковка — это не просто оболочка товара, обеспечивающая его защиту, а еще и мощный инструмент привлечения внимания к продукту. Все художественно-графические элементы упаковки должны отображать позиционирование продукта и его ключевые особенности, работать на идентификацию FMCG бренда, для того чтобы потребитель визуально воспринял преимущества продукта перед тем, как прочтет информацию на упаковке о составе продукта и другую техническую информацию и приступит к использованию продукта.

Задачи визуальной коммуникации продукта на полке ритейла подчинены задачам любого бренда на FMCG рынке — обеспечить быстрое принятие решения о покупке, а значит — привлечь внимание, обеспечить эмоциональную связь с потребителем, повлиять на выбор, помочь формированию знания бренда и его особенностей. Именно эти задачи учитываются при принятии решений об использовании тех или иных художественных инструментов в дизайне упаковки и определении их роли в решении главных задач.

Художественно графическая составляющая дизайна упаковки выполняет следующие функции:

— дифференцирующую — выделяющую продукт среди прочих на полке;

— представляющую собой средство позиционирования и идентификации продукта или бренда;

— информирующую о маркетинговых преимуществах продукта;

— содержащую важную информацию о производителе продукта, его ингредиентах, способах использования;

— содержащую информацию, необходимую для бизнес-процессов логистики и торговли (штрих код, маркировка и манипуляционные знаки).

Для решения этих задач в композиции упаковки используются такие инструменты, так цвет, форма, типографика, иллюстрация.

Важную функцию дифференциации продукта на полке выполняют форма упаковки, цвет и иллюстрация, так как позволяют быстро выделить продукт в ряду конкурентов. В решении задач позиционирования и идентификации продукта бренда главенствующая роль переходит к иллюстрации и выбору цветового решения.

Применение ярких и контрастных цветов — наиболее легкий путь привлечь внимание покупателей. Оформление упаковки должно гармонично сочетаться с товаром [7, с. 19]. К примеру, удачно подобранные цвета могут не только украсить, но и раскрыть ее содержимое, подчеркнуть какие-либо свойства заключенного в ней товара. Кроме того, цвет упаковки должен соответствовать характеру продукта. Например, при разработке дизайна упаковки для молока и молочных продуктов предпочтительнее упаковка светлых тонов, транслирующая свежесть и качество и совпадающая с цветом продукта в упаковке; кондитерские изделия можно упаковать в коробки более темных и ярких, отражающих свойства продукта, либо влияющие на импульсное решение приобретения товара.

В решении задач информирования, не требующего формирования эмоциональных связей, главенствующую роль занимает такой инструмент, как типографика, однако довольно часто блоки, поясняющие правила использования продукта, содержат инфографику и иллюстрации, поясняющие текст.

Как видим, универсальным художественным инструментом, решающим главные задачи FMCG бренда на потребительской полке: задачи идентификации, дифференциации и позиционирования, а также задачи информирования, является такой инструмент, как иллюстрация.

Иллюстрация может быть центром композиции в дизайне упаковки, являясь по факту ключевым визуальным сообщением, транслирующим идентичность бренда, может визуализировать продукт, находящийся в упаковке, может быть использована в визуализации дополнительной информации, иллюстрируя способ применения или сервировки продукта,

может служить фоном для других художественных инструментов, играющих главную роль в композиции.

При оформлении упаковки используется иллюстрация разных жанров и стилей, но одним из трендов последних лет стало использование стиля плоских иллюстраций или, как его еще называют, flat style. Данный стиль завоевал внимание не только дизайнеров, но и потребителей, в виду легкого восприятия изображения.

Flat style иллюстрации — особенности стиля

Если ранее мы упоминали плоский дизайн (flat design) как «графическую систему последовательно использующую базовые элементы "интернационального стиля"» [2, с.43] и поэтому нашедшую массовое применение в интернет-коммуникации, то сейчас рассмотрим использование этого стиля в иллюстрации и определим «стиль плоских иллюстраций», часто упоминаемый просто как flat style иллюстрация или просто Flat. Flat style иллюстрация — это современный и популярный стиль иллюстрации, который характеризуется упрощенными формами, четкими контурами и насыщенной цветовой палитрой.

Считается, что плоский дизайн (flat design) и «стиль плоских иллюстраций» вдохновлен швейцарским стилем, который возник в середине XX века и характеризовался минимализмом, преобладанием геометрических форм и строгими шрифтами.

Отмечают следующие признаки flat style иллюстрации:

1. Стилизованные формы.

Формы преобразуются в более простые и легкие. Так легче не только изобразить, но и воспринять. В стилизации на первый план выходят силуэт и контур предмета. Важно при всей простоте не упустить узнаваемость изображаемых объектов.

2. Отсутствие лишних эффектов.

В дизайне не используются никакие визуальные приемы, которые создают иллюзию трехмерности или реалистичности изображения. Это делается для того, чтобы сделать дизайн более чистым и современным. Нет задачи передать объем, нет бликов, нет теней. Использование текстур допустимо, но текстуры тоже стилизуются, упрощаются.

3. Простота элементов.

Простота означает, что в плоском дизайне используются только самые необходимые и понятные элементы, которые имеют простые гео-

Рис. 1. Креативная упаковка для слоеного теста с использованием «плоских» графических иллюстраций [9]

метрические формы и четкие контуры. Это делается для того, чтобы сделать дизайн более функциональным и понятным для пользователя, убрав все лишние детали.

4. Цветовая гамма изображения.

В плоском дизайне используются насыщенные цвета, которые создают визуальный акцент и привлекают внимание пользователя. Цвета также используются для создания иерархии и настроения в дизайне, подчеркивая важность и смысл элементов. Такие нюансные, спокойные сочетания смотрятся дорого.

5. Четкий контур изображений.

Следует обратить особое внимание на четкость контуров, что призвано подчеркнуть легкость и невесомость. Опять же — простота отдельных элементов не говорит о простоте изображения в целом, но простота и чистота в очертаниях должны быть соблюдены.

Несмотря на свою простоту и доступность, flat style иллюстрации есть свои плюсы и минусы. Эксперты проекта Media Contented определяют, как преимущество следующие свойства flat style иллюстрации:

— она ускоряет восприятие информации за счет использования простых форм и контрастных цветов;

— создает современный, свежий визуальный стиль, который подходит для разных брендов и аудитории;

— стиль прост в понимании и освоении навигации для пользователей что делает его более функциональным;

— ускоряет работу над макетами за счет меньшего количества форм, цветов и эффектов.

Но у такого стиля есть и недостатки. Вот некоторые из них:

— может стать скучным и однообразным, если использовать слишком мало цветов, форм и анимации;

— потеря уникальности и индивидуальности, если следовать одинаковым шаблонам [8].

Иллюстрация в исполнении flat напоминает аппликацию, легко воспринимается, не перегружена деталями, акцентирует внимание на самом главном и имеет большие перспективы для использования в разработке дизайна упаковки.

Рассмотрим примеры использования flat style иллюстрации и определим художественную пластичность стиля для использования его в разработке дизайна упаковки.

Flat style персонажи

Персонажи на упаковке выполняют несколько важных функций, направленных на привлечение внимания потребителей и улучшение общего восприятия продукта. Яркие и уникальные flat style персонажи могут сразу привлечь внимание потребителей на полке магазина. Они выделяются среди множества аналогичных товаров и привлекают взгляд покупателя, вызывая эмоции у потребителей. Положительные эмоции, связанные с персонажем, в свою очередь, создают положительный образ продукта. Персонажи на упаковке часто являются символами бренда, что помогает установить узнаваемость и создать своеобразный «лицевой» облик продукта. Вышеперечисленные факторы взаимодействуют между собой, создавая комплексный подход к использованию персонажей на упаковке с целью максимального воздействия на потребителей.

Использование flat style иллюстрации при создании персонажей позволяет упростить их образ и выделить основные детали. Такие персонажи часто имеют упрощенные черты лица, простую одежду и абстрактные формы, что делает их более узнаваемыми и понятными для зрителя (рис. 2).

Рис. 2. Изображение flat style персонажей на упаковке снэков [10] и готовой еды [11]

Сторителлинг

Сторителлинг — дословно: «рассказывание историй». Это инструмент маркетинга, который помогает доносить до аудитории идею и ценности продукта или бренда через истории. Сейчас сторителлинг стал популярен как маркетинговый прием, в частности, в дизайне упаковки — сюжет, который связывает элементы истории вместе и дает возможность преподнести вашу идею ненавязчиво, через живые образы на упаковке продуктов бренда [12] (рис. 3).

Рис. 3. Сторителлинг как прием визуализации характера брендов Song Cider и FAMOUS [13]

Под визуальным сторителлингом подразумевают несколько направлений работы с сюжетной иллюстрацией в дизайне упаковки, но, как правило, это визуальный рассказ, продолжающий на разных упаковках продукта серии, для которого часто используют flat style иллюстрации.

Сюжеты в дизайне упаковки в стиле flat style

При создании сюжетов в плоском дизайне уделяется внимание минимальной детализации. Здесь используются чистые и простые линии, артефакты теней и света могут быть заменены яркими цветами или контрастами. Такой стиль создает наглядность и удобство в восприятии информации на упаковке продукта.

Сюжетные flat style иллюстрации играют важную роль в передаче информации и создании настроения. Они помогают аудитории лучше понять характер бренда и его позиционирование.

Кроме того, сюжетные иллюстрации могут выполнять декоративную функцию, улучшая визуальное восприятие произведения и привлекая внимание к нему. Сюжетные иллюстрации имеют большое

значение в продвижении бренда, поскольку они помогают визуально передать историю и улучшить восприятие (рис. 4).

Рис. 4. Сюжетные flat style иллюстрации на упаковке зернового кофе, тюбиках с горчицей [14] и фруктовых снэков [15]

Паттерн в стиле flat style как основа художественной композиции в упаковке

Еще один интересный метод одномерного оформления с использованием flat style иллюстрации — паттерн-дизайн, при котором используются повторяющиеся фоны и иллюстрации. Бесшовные рисунки помогают брендам в визуализации и привлекают внимание пользователей (рис. 5). В глобальном смысле паттерн — самостоятельный ключевой элемент графического стиля в дизайне и в брендинге.

Коллажирование с использованием фотографий продукта и flat style иллюстрации

Самое простое определение коллажа — это произведение искусства, сделанное путем наклеивания различных фотографий и бумаги на основу. Но дизайн коллажа на этом не заканчивается. Существует множество различных стилей и техник, начиная от простого декоративно-при-

Рис. 5. Упаковки чая и шоколадных плитках с аутентичным паттерн-дизайном в flat style [9]

Рис. 6. Коллажирование, путем добавления фото и flat style иллюстрации на продукции йогуртов [10] и снэков [16]

кладного искусства и заканчивая передовым графическим дизайном и иллюстрацией. Прелесть создания коллажей в том, что тут нет никаких правил. Это чрезвычайно свободная форма дизайна с бесконечными возможностями — каждый элемент словно открывает новый мир на странице или экране.

Неудивительно, что коллаж остается популярной и широко признанной формой современного дизайна, которая постоянно развивается вместе с растущим количеством инструментов, которые позволяют создавать коллажи. Коллаж, одним из элементов дизайна которого является фото продукта, другим — изображение, выполненное в стиле flat style иллюстрации, часто используется в дизайне упаковки FMCG брендов, так как позволяет передать его характер и создать эмоциональную связь с потребителем (рис. 6).

Объекты-символы

Flat style иллюстрации также применяются при создании изображений объектов, транслирующих разноплановую информацию о продукте и бренде. Данные представляются в виде простых форм и иконок, что помогает упростить сложную информацию и сделать ее более доступной. Используется для быстрой и четкой передачи вербальной информации с формированием связанных с нею визуальных образов. Без излишней детализации объекты могут быть легко узнаваемы и интерпретированы зрителем. Flat style иллюстрации позволяют привлечь внимание зрителей и передать информацию ясно и лаконично.

Объекты на упаковке могут быть изображены для демонстрации самого продукта или его составляющих. Например, на упаковке соков или

напитков может быть изображена ягода или стакан с напитком, чтобы потребители могли сразу увидеть, что находится внутри упаковки. Также объекты на упаковке используются для создания ассоциаций и вызова определенных эмоций у потребителей, для создания узнаваемости и идентификации продукта или бренда и flat style иллюстрации как нельзя лучше подходят для этой цели (рис. 7).

Рис. 7. Изображение объектов-символов в flat style на упаковке мясных и молочных продуктов [10]

Дополнительные технические иллюстрации в стиле flat style

Технические изображения на упаковке могут быть использованы для передачи информации о продукте или его особенностях и являются полезными для потребителей, которые ищут более подробную информацию о продукте или его характеристиках, а также помогают потребителям принять более осознанное решение о покупке и использовании продукта.

Технические изображения в виде схем или диаграмм могут быть использованы для визуального объяснения работы или использования

Рис. 8. Дополнительные технические изображения на упаковке молочной продукции выполненные в flat style [14] [11]

продукта, а технические изображения в виде иконок или пиктограмм, выполненные в flat style, могут обозначать определенные характеристики или функции (рис. 8).

Исследовав возможности flat style иллюстрации, рассмотрим успешные кейсы разработки упаковки FMCG бренда с использованием иллюстрации в этом стиле, такие как ребрендинг «Милград» и разработка упаковки для кондитерского бренда «ZOO ZOO».

Ребрендинг упаковки путем добавления flat style иллюстрации

Рынок молочных продуктов занимает более 22% в структуре продовольственных товаров FMCG. Это самый крупный рынок среди упакованной продукции. Соответственно, и конкуренция продукции очень высокая. Чтобы выделиться на молочной полке, увеличить продажи, расширить географию представленности и каналов сбыта, бренд должен отличаться и привлекать внимание с первого взгляда.

Рассмотрим на примере упаковки бренда «Милград», брендинговое агентство Depot (рис. 9). «Милград» — первая марка молочной продукции, которая приносит счастье, поэтому для доработки был принят вариант с крупной иллюстрацией, вызывающей эмоциональный отклик. Главным символом бренда стал синий котик, выполненный в flat style.

Рис. 9. Ребрендинг упаковки бренда «Милград» [11]

Синий котик путешествует по упаковке — заинтересованно смотрит на потребителя, играет с веревочкой, выглядывает или замирает в ожидании. Иллюстрация переходит с одной стороны упаковки на другую, создавая дополнительные возможности выкладки на полке.

«Милград» — это вкусное и свежее молоко, а молоко часто ассоциируется с котиками. По итогам согласования, брендинговое агентство

вместе с клиентом пришло к более минималистичному решению и решило оставить основной цвет упаковки белым, а иллюстрации — в едином синем цвете, это сохранило связь с цветами бренда, который уже известен потребителям многие годы. Ряженка, кефир и молоко отличаются друг от друга при помощи цвета шрифта. Все дифференцирующие тексты на упаковках выполнены в соответствующих категории цветах.

В кейс бренда «Милград» также входит большое количество других молочных и кисломолочных продуктов — сметана, мягкий творог, творожные десерты, творожные массы, сливочное масло, биокефир, творожные сырки, мягкие и рассольные сыры. Более того, творожные десерты и сырки представлены с разными вкусами. Для данной продукции также был разработан дизайн всех позиций в единой стилистике.

«Милград» начали выпускать свою обновленную продукцию летом 2020 года и уже за год добились больших результатов. В итоге кейс превзошел все ожидания, приобрел узнаваемость и получил свое заслуженное место на полках гипермаркетов [11].

Концепция дизайна упаковки с использованием flat style иллюстраций

Кондитерская фабрика «Сириус» выпускает широкую линейку кондитерских изделий. Требовалось создание фирменного наименования для конфет со зверятами и разработка концепции упаковки кондитерского бренда «ZOO ZOO» [15].

Оригинальная конструкция упаковки стала одним из преимуществ бренда. На прозрачной обертке нанесены глазки, ушки, лапы и другие части тела зверят. А само тело — это круглые конфеты. Такие оригинальные сладости имеют все шансы для того, чтобы выделиться на витрине.

Рис. 10. Концептуальные идеи и решения для иллюстраций упаковки кондитерского бренда «ZOO ZOO»

Источниками для вдохновения послужили персонажи советских художников-мультипликаторов, знакомые нам с детства (рис. 10).

Концепция выполнена в стиле современной анимации. Звери отличаются не только по виду. У каждого — свой характер и происхождение. Все, как у любимых персонажей мировой анимации.

Конфеты стали настоящим хитом на рынке. Продукция представлена в сетевых магазинах Fix Price, «Светофор».

Заключение

Таким образом, мы рассмотрели особенности визуальной коммуникации FMCG брендов, использующие flat style иллюстрации в оформлении упаковки своих товаров, определив роль, функции и ее виды. Были рассмотрены и проанализированы примеры успешного дизайна и применение flat style иллюстрации в упаковке, и какую роль они сыграли в дальнейшей реализации проектов.

Несмотря на то, что исследователи считают одной из особенностей некую обезличенность, функциональность и отсутствие отсылки к культурным кодам, flat style транслирует демократичность и космополитичность бренда так же, как и классическая ботаническая иллюстрация, например, транслирует качество, традиционность рецептур и экологичность FMCG брендов [17].

В качестве основных особенностей можем выделить эффективность способа привлечения внимания потребителя и создания запоминающегося образа продукта за счет сочетания простоты, лаконичности и «чистоты» иллюстраций, позволяющих избавиться от лишних деталей и сосредоточиться на основных характеристиках товара. Flat style иллюстрации в дизайне упаковки позволяют брендам выделиться на полках магазина и привлечь целевую аудиторию, не отвлекая внимание, а лишь дополняя нужную информацию. Flat style иллюстрации могут быть использованы для передачи информации, создания настроения или привлечения внимания к определенному объекту или сообщению, они могут быть эффективным средством коммуникации, особенно в век цифровых технологий и социальных сетей, где визуальное содержание играет важную роль. Flat style иллюстрации могут быть использованы для создания уникального и запоминающегося визуального стиля, который может помочь брендам и компаниям выделиться среди конкурентов.

Сегодня, в эпоху цифровизации экономических и социальных процессов современного общества, цифровых технологий и новых трендов, flat style иллюстрации становятся все более популярными в дизайне упаковок. Они предлагают свежий и современный взгляд на классические иллюстрации, создавая уникальные и запоминающиеся образы.

Список литературы:

1. *Овчинникова М.А., Самойленко И.С.* Художественно-графические особенности визуальной коммуникации брендов рынка молочной продукции // Pan-Art. — 2024. — Том 4. — Выпуск 3. — С. 157–165. —https://doi.org/10.30853/pa20240023. URL: https://pan-art-journal.ru/en/article/pa20240023/fulltext (дата обращения: 24.07.2024)

2. *Васильева Е.В., Гарифуллина (Аристова) Ж.С.* Flat-design и система интернационального стиля: графические принципы и визуальная форма // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2018. — № 3 (29). — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/flat-design-i-sistema-internatsionalnogo-stilya-graficheskie-printsipy-i-vizualnaya-forma (дата обращения: 24.07.2024).

3. Flat design vs traditional design: Comparative experimental study / *I. Burmistrov, T. Zlokazova, A. Izmalkova, A. Leonova* // Lecture Notes in Computer Science. — 2015. — Vol. 9297. — P. 106–114. — DOI 10.1007/978-3-319-22668-2_10. — EDN VAJRFH.

4. *Хорунжая Е.И.* Роль коммуникативного дизайна в развитии веб индустрии / Е.И. Хорунжая // Современные проблемы высшего образования. Творчество в дистанционном формате: Материалы VI международной научно-практической конференции, Москва, 15–25 апреля 2021 года / под общей редакцией С.М. Низамутдиновой. — Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Учебный центр «Перспектива», 2021. — С. 636–640. — EDN IOCCZI.

5. *Панкратова А.В.* Плоский дизайн как симулякр четвертого порядка / А.В. Панкратова // Архитектура и дизайн в цифровую эпоху: коллективная монография по материалам Международной научной конференции, Москва, 23–24 апреля 2021 года. — Москва: Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова, 2021. — С. 419–425. — EDN BEQAGZ.

6. *Смиренный И.Н.* Словарь терминов дизайнера упаковки / Н.Н. Смиренный Н.Н. Орехов, В.В. Кухарский. — Москва: ФГОУ СПО «МИПК им. И. Федорова», 2016. — 156 с.: ISBN 978-5-901087-43-5.

7. *Чжен Сяин.* Влияние цвета упаковки товара на эффективность маркетинговых коммуникаций / Чжен Сяин // Наука и образование Большого Алтая. — 2017. — Выпуск 1. — № 1. — С. 18–21.

8. Что такое flat design или плоский дизайн, его принципы и плюсы. [Электронный ресурс]. — URL: https://media.contented.ru/glossary/flat-design/ (дата обращения: 24.12.2023).

9. DIELINE. [Электронный ресурс]. — URL: https://thedieline.com (дата обращения: 24.12.2023).

10. MILDBERRY. [Электронный ресурс]. — URL: https://mildberry.ru (дата обращения: 20.12.2023).

11. Брендинговое агентство Getbrand — создание и разработка брендов. [Электронный ресурс]. — URL: https://www.getbrand.ru (дата обращения: 15.12.2023).

12. Storytelling technology application in FMCG goods branding in the russian market / I.S. Samoylenko, A.Yu. Ladogina, V.V. Golovina [et al.] // 6th SWS International Scientific Conferences on social sciences 2019: Conference proceedings, Albena, Bulgaria, 26 августа — 01 2019 года. Vol. 6. Issue 2. — Albena, Bulgaria: Общество с ограниченной ответственностью СТЕФ92 Технолоджи, 2019. — P. 751–756. — DOI 10.5593/SWS.ISCSS.2019.2/S05.091. — EDN ELDUED.

13. Как дизайн упаковки влияет на продажи? [Электронный ресурс]. — URL: https://clck.ru/374J8P (дата обращения: 11.12.2023).

14. Depot branding agency - креативное брендинговое. [Электронный ресурс], — URL: https://www.depotwpf.ru (дата обращения: 20.12.2023).

15. Креативное агентство GreenMars. [Электронный ресурс]. — URL: https://greenmars.ru (дата обращения: 24.12.2023).

16 Студия брендинга и графического дизайна RElabel. [Электронный ресурс]. — URL: https://relabel.ru (дата обращения: 24.12.2023).

17. *Донская К.Р.* Ботаническая иллюстрация как визуальный код в дизайне упаковки fmcg брендов / К.Р. Донская, А.А. Ичева, И.С. Самойленко // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. — 2024. — № 1–2. — С. 220–231. — DOI 10.37485/1997-4663_2024_1_2_220_231. — EDN SCEMPL.