Д.В. МОРДВИНЦЕВ

Доцент кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г.Строганова
e-mail: mitya@akopov.ru

З.В. МОРДВИНЦЕВА

Доцент кафедры «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г.Строганова
e-mail: zoya@akopov.ru

D.V. MORDVINCEV

Assistant professor of the department «Communicative design» of the Moscow Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: mitya@akopov.ru

Z.V. MORDVINCEVA

Assistant professor of the department «Communicative design» of the Moscow Stroganov Academy (MGHPA)
e-mail: zoya@akopov.ru

ДИЗАЙН УПАКОВКИ И ОБУЧЕНИЕ МЕТОДИКЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ В РАМКАХ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

PACKAGING DESIGN AND TEACHING DESIGN METHODOLOGY AS PART OF THE EDUCATIONAL PROCESS

Авторы анализируют опыт проведения курсового задания по теме «Упаковка» на кафедре «Коммуникативный дизайн» МГХПА им. С.Г.Строганова. Акцентируется этапность разработки темы, ее социокультурная направленность, необходимость четкой дифференциации решаемых задач: функционально-типологических, конструктивных, композиционно-графических, образно-ассоциативных.

The authors analyze the experience of conducting a course assignment on the topic «Packaging» at the Department of «Communicative Design» of the Moscow State University of Applied Arts. S.G.

Stroganov. The staging of the development of the topic, its socio-cultural orientation, the need for a clear differentiation of the tasks to be solved: functional-typological, constructive, compositional-graphic, figurative-associative.

Ключевые слова: дизайн упаковки, дизайнерское образование, графический дизайн, коммуникация
Keywords: packaging design, design education, graphic design, communication

Создание упаковки — одна из древнейщших областей предметно-художественного творчества. Разнообразие материалов, конструкций и типов, бесконечный ряд упаковываемых предметов и товаров, — все это ставит перед дизайнером широчайший спектр задач. Необходимость решать целый набор функциональных и конструктивных вопросов: стабильности формы для сохранения товара, складируемости, учитывать рекламные и информационные функции. Помимо этого, есть задачи чисто технологические, а также социокультурные, связанные со статусом товара и упаковки, стилевыми характеристиками.

Тема «Упаковка» — один из важных и сложных этапов обучения студентов-бакалавров по специальности 54.03.01«Графический дизайн». Эта тема позволяет интегрировать в процессе проектирования многие из перечисленных выше задач.

Ранее нами было написано методическое пособие по общему курсу упаковки, оно включило в себя исследования более 20-и студенческих работ, созданных за последние 15 лет, с описанием проектных идей, с введением основных этапов и оценок, с чертежами и богатым иллюстративным материалом [2].

Как правило, к началу третьего курса студенты уже овладевают основами композиции, познакомились с основным арсеналом средств графического дизайна и вёрсткой простых буклетов. Но важным итогом проекта упаковки является не столько собственно создание самого объекта, сколько включение в процесс работы, системное видение упаковки вместе с сопутствующими графическими элементами, понимание взаимосвязи и иерархии этапов и задач, умение структурировать и классифицировать типы упаковки, элементы проекта, что является одним из принципиальных инструментов дизайн-проектирования.

С этой целью студентов в период выдачи задания знакомят с типологией современной упаковки, построенной на основе профессиональной литературы [3], истории графического дизайна [4] и личного авторского опыта. Суммируя перечисленные подходы, мы предлагаем студентам в рамках выполнения задания следующие основания для классификации.

1. Назначение. Здесь необходимо выделять, во-первых, внутреннюю (первичную или потребительскую) упаковку, которая является частью продукции. Вместе с ней товар продают потребителю: флакончики от духов, блистеры от таблеток, конфетные обертки и коробки от обуви, жестяные банки, полиэтиленовую упаковку молочной продукции и т.п. Во-вторых, совершенно иные функциональные требования предъявляются к цеховой (вторичной, созданной для внутризаводской или цеховой транспортировки. Цеховая упаковка используется внутри предприятия с целью доставки материалов, сырья, деталей товара к рабочим местам сборщиков, изготовителей, к цеховой упаковке относят различные виды поддонов, металлических и деревянных ящиков). В-третьих, существует внешняя (транспортировочная) упаковка, необходима для перевозки продукции от предприятия-производителя к продавцу и, далее, к потребителю. К внешней упаковке относят контейнеры, деревянные, железные и пластиковые ящики, бочки, фляги, мешки из ткани, полиэтилена или бумаги).

2. Материал. Главным параметром, на который стоит обращать внимание в процессе учебного проектирования – степень жесткости формы, которую допускает тот или иной материал. Жесткая упаковка предполагает такие материалы как металл, стекло, дерево, картон, пластик, различные типы тары: банки, бутылки, ящики, бочки, коробки и т.п. Мягкая упаковка может быть выполнена из ткани, полиэтилета, целлофана, бумаги и т.д.. Кроме того, допустимо использование комбинированных типов.

3. Ценовая категория: упаковка низкой, средней и высшей рыночной сегментации.

Размеры и вес. Упаковка может быть крупногабаритной, среднегабаритной, малогабаритной, тяжелой и легкой.

4. Кратность применения: одноразовая; многоразовая (более прочная и, соответственно, более сложная для утилизации).

5. Тип помещаемого товара: упаковка может быть пищевой и непищевой; для сухих веществ или для жидкости; для постоянного и

временного хранения (целлофановый пакет, бумажный или тканевый мешок, картонная коробка); герметичной и негерметичной

6. Потребительский состав продукта: штучные и комплектные упаковки.

7. Адресат товара, типы потребителей: детская и взрослая аудитории, социальные категории продукции, профессиональные и бытовые товары, продукты для животных и т.д.

Важно уже с самого начала работы над проектом обозначить функции упаковки:

— информационно-презентационная (отражающая необходимую информацию о товаре, в том числе маркировки для распознавания определенного производителя, сроки реализации, условия хранения и т.п.);

— коммуникативная (определяющая необходимость взаимодействия дизайнера между производителем и потребителем);

— прагматическая (практическая целесообразность, обеспечение гигиенического сохранения товара, его сохранения от повреждений);

— эстетическая (связанная с визуальной привлекательностью упаковки);

— экологическая функция (одна из наиболее актуальных, связанная с безопасностью упаковки для жизни и здоровья потребителя). Экологическая функция заключается в том, что дизайнер должен учитывать не только качество и свойства упаковки, но и проявить заботу о возможности ее утилизации, учета вторичной переработки для обеспечения новой жизни стеклу, бумаге, полиэтилену, пластмассе и другим материалам;

— рекламная функция (принципиальным является презентабельный внешний вид упаковки). Коммерческая привлекательность для покупателя, вызывая у него желание приобрести товар;

— аксиологическая (образовательно-воспитательная), отражающая непосредственное влияние дизайнера на формирование вкусов и трендов, а также ценностно-оценочных ориентиров потребителя.

В каком-то смсыле упаковка является зеркалом экономики и культуры общества, показывая уровень технологии, типы наиболее массовых товаров. Понятие «упаковки» может быть в дальнейшем расширено и использовано при создании и других объектов графического дизайна: от систем айдентики и до разработки медиа-информационных продуктов. В ходе проектирования начинается поиск взаимоотношений графики и объёма на примере различных типов упаковки, имея ввиду

создание не единичного образца, а серии, объединённой по исходному продукту, серия родственных предметов по единству среды использования, серия предметов по общему способу назначения.

Перейдем к задачам курсового прокта. Задание для студентов сформулировано следующим образом:

Разработать серию упаковки на основе единого стилевого решения с использованием основных графических и пластических средств: иллюстрация, шрифт, типографика, конструкция, объём.

Цель работы: освоение методологии проектирования серии объектов различных по содержимому, конструкции, размерам, форме и материалам на основе разработанных единых стилевых и композиционных принципов и приёмов.

Изучить и освоить на практике методы проектирования серии объектов в которых одновременно решаются: функциональные, рекламно-информационные, конструктивные, экологические и стилевые проблемы.

Освоить такие понятия как:

— Информативность формы;

— «Культурный прототип» — как стилевая основа;

— Форма и конструктивно-технологические особенности;

— Определение стилевой доминанты: шрифт, типографика, цвет, иллюстрация;

— Композиционное решение: главное – второстепенное, «лицо» и оборот, последовательность прочтения;

— Определение стилевого единства как основы графического языка;

— Вариативность проектного решения серии;

— Классификация продуктового рынка: стереотип массового, среднего и люксового сегмента.

В ходе работы, начиная с формулировки задания, поиска лейтмотивов (как визуальных, так и концептуальных, текстовых) и заканчивая композиционнным и конструктивным решением — все перечисленные выше параметры применяются для оценки степени удачности дизайнерского решения.

Состав основного проектного задания:

Макеты упаковок. Масштаб 1:1.

Чертежи разверток упаковок.

Графическая презентация проекта.

Примерные типовые темы проектирования:

Пищевая упаковка:

— Хлебо-булочные изделия, кондитерская продукция.

— Сыпучие продукты /крупы, макаронные изделия, чай, кофе.

— Алкогольные и безалкогольные напитки.

— Овощи, фрукты.

— Кисло-молочные продукты.

— Мясные и рыбные изделия, консервы.

— Спортивное питание.

— Косметика, бытовая химия.

— Лёгкая одежда, галантерея и аксессуары /платки, носки и пр.

Предметы бытового назначения:

— Механические и электро-инструменты, оборудование для кухни, посуда, столовые приборы, осветительные приборы и пр…

— Игрушки, канцтовары.

— Разнообразные спортивные аксессуары.

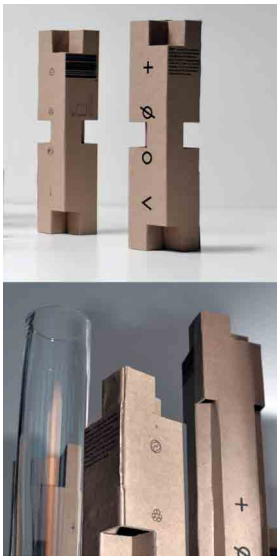


Рис. 1 Серия упаковок изделий из стекла различных размеров, автор Н.Кожуховская, руководители В.А.Музыченко и И.Ю.Глюдза. 2010

Проведем для примера анализ одного из курсовых проектов:

Серия упаковок изделий из стекла различных размеров, автор Н.Кожуховская, руководители В.А.Музыченко и И.Ю.Глюдза (рис.1).

Представленная серия упаковок вытянутой формы с проёмами в виде лоджий или окон в своей массе напоминает урбанистический пейзаж современного города.

Данный образ возник на основе изучения представленных предметов, в основе которого лежит модульный принцип в формообразовании всего предметного ряда. Ясность и простота форм — сама по себе уже предполагает минимализм средств в решении всей серии упаковки.

Формулировка проектной идеи — необходимый этап любого дизайнерского проекта. Свидетельствует об осознанном, осмысленном выборе как художественно-космпозиционных средств, так и конструктивно-технологической реализации.

В данном проекте использована метафора на тему архитектуры функционализма. В качестве ассоциативного ряда (культурной основы) автор предложил образы урбанистической городской застройки периода 1960–80 гг., такую «типовую» застройку городских окраин можно увидеть во многих мегаполисах. Её отличает использование однотипных недорогих модульных строительных элементов, а разнообразие достигается лишь за счёт различной высотности и, иногда, введением малозначимых цветовых акцентов.

Проектная концепция упаковки включает и авторское название, девиз, отвечающий характеру предлагаемой упаковки, ее «словесный портрет».

Название — «Лофт» в данном контексте воспринимается вполне уместным, так как означает использование (после минимальной реконструкции) старых промышленных зданий под современные офисы и арт- пространства.

Конструкция и материалы, технологические особенности.

Упаковка недорогих стеклянных изделий не нуждается в использовании каких-либо дорогих материалов, сложных конструкций и высококачественной полиграфии.

При выборе средств и материалов автор подчёркивает главное — функциональность предложенного решения и «одноразовость» использования данной упаковки. В качестве основного и единственного материала предлагается использовать простой и доступный листовой материал — картон.

В данном проекте предлагается использование низкосортного картона типа «Балахна», получаемого после вторичной переработки макулатуры.

Изготовление данной упаковки сводится к простой вырубке заготовок модульных типоразмеров и элементарной биговки.

Соединение коробки — «замок» в 1–2 точках. Какие-либо дополнительные покрытия отсутствует, что обеспечивает 100% вторичную переработку данной упаковки.

Печать обеспечивается в один прогон чёрной краски. Предполагается использование технологии шелко-трафаретной печати.

Шрифтовое и типографическое решение. Графическое решение также минималистично и построено на логотипе. В основе логотипа лежат простые геометрические элементы, при этом легко считы-

вается графема кириллических знаков. Эти знаки сильно разнесены, что позволяет воспринимать их как по отдельности, как элементы конструкции, – так и сложить в слово: лофт.

Размер логотипа на разных элементах упаковки не изменен, что подчёркивает масштаб и количество единиц упакованных изделий. Необходимая служебная информация набрана нейтральным гротеском и поставлены на заднюю сторонку упаковки, как и штрих-код.

Колористическое решение. Цвет данного сорта картона от партии к партии непостоянен и варьируется вокруг оттенков бежевого цвета различной тональности. Как и в типовых застройках жилых кварталов цвет абсолютно не важен, как и цвет железобетонной плиты

Подобный структурный анализ продукта дизайн-деятельности распространяется и на другие проекты, приучая студентов к опредженной четкости и логике мышления.

Важным результатом подобных проектов становится понимание их социокультурной соотнесенности с культурами потребления, типами потребителей, ценовыми группами товаров.

Продолжением темы стал вариант курса дизайн-упаковки, рассчитанный на самостоятельную работу. Мы поставили себе дерзкую цель найти такую методику и такое задание, которое даёт крепкий результат и мотивирует на плотный график работы не только в аудитории, но и в он-лайне. Летняя практика оказалась самым удобным периодом для проведения такого эксперимента. Решающий фактор успеха в работе над упаковкой — это поиск образного решения. Мы знаем, что в современной практике проектированию предшествуют опросы фокус-групп, собираются маркетинговые исследования, прописываются брифы и планы ведения проекта. Собственно, эти данные и влияют в итоге на формирование идеи.

В учебном задании всё наоборот: оно обсуждается в очень узком кругу, все решения определяются выбором самого студента и его руководителя. В проведении летней практике была отработана модель «взрослого» проектирования: многозадачность, мотивированность и эмпатия.

Первое задание. Обмерный чертеж и макетирование.

Задание включает в себя упражнение на конструкцию упаковки. Для работы над чертежем выдается техзадание, оно выполняется в графическом редакторе. По чертежу изготавливается макет коробки.

Второе задание связано с теорией знаний полиграфических процессов, материалов изготовления, и пост-печатных процессов. В рамках этого задания было запланировано посещение выставки Росупак, которая проходит именно в это время, где студенты могут увидеть и печатное оборудование, и сами процессы, и технологов, пообщаться с ними, собрать материал. Результатом второго практического задания является брошюра с конспектами и образцами-вклейками.

Первые два задания считаются практическими и нетворческими. На них студенты сталкиваются с навыками таких профессий как: конструктор-чертежник, менеджер-технолог, принт-менеджер, макетчик.

Оба задания были отработаны в течении нескольких сезонов, в период дистанционного обучения были выданы онлайн. Посещение выставки было заменено сбором информации в интернет-ресурсе. Была проведена лекция по технологии производства в формате он-лайн конференции.

Третье задание рассчитано на самую важную составляющую в проектировании: творческую, проектно-изобретательную, стилистически-смысловую. Мы его назвали **«Подарок другу».**

О нем, как о стилеобразующем, и самом мотивирующем мы хотим рассказать подробно, и показать результат месяца практики. Пример построения этапов проектирования.

Первый этап. Выбор пары друзей. Решение по подарку. Фотографии. Референсы. Скетчи. Приветствуется новаторская стилистическая конструкция на изобретательность несуществующих или существующих пар друзей. Это люди (или персонажи) которые являются фактическими друзьями, истории которых описаны в литературе, реальных исторических событиях, кинематографе. Это могут быть персонажи, которые знали друг о друге опосредованно, чьи-то кумиры, те люди, с кого берут пример или с кем мечтают встретиться, чьи идеи воздействуют на выбранных нами героев и являются прообразами для их деятельности. Так например, одной из выбранных пар стали Сергей Королев и Марк Тесла. Один был кумиром для другого. Изобретения Королева повлияли на подход в проектировании Марка Теслы. Непредсказуемость приветствуется: это могут быть личности совершенно разных эпох, культур и возрастов. С одной стороны это могут быть персонажи медийные, наши современники: кинозвезды, блогеры, музыканты, с другой стороны — вымышленные персонажи, кино-герои, представи-

тели разных эпох и профессий: художники, писатели, литературные персонажи. Чем непредсказуемей выбор, тем интересней изобретение самого подарка. Поэтому подарок чаще всего носит эмоциональный, не материальный характер.

Портреты друзей. Обязательно надо предъявить портреты и предмет дарения в фотографиях. Необходимо короткое эссе об истории этих персонажей, которое в той или иной степени подчеркнет выбор подарка. Лично мы были не против персонажей, которые нам были не известны. Исследование о них становится важной частью проекта. У некоторых авторов эссе было включено в презентацию. Подарок имеет эмоционально-смысловую ценность. Но самый простой и неожиданный объект (игрушку-свистульку или даже банальную морковку, представляющую ценность для одного из персонажей) — необходимо как-то особенно упаковать.

На первом этапе обязательна консультация с преподавателем в аудитории или через зум-конференцию. Первое задание замещает маркетинговый выбор самого предмета, раскрывает его ценность по совершенно другим, эмоциональным признакам.

Второй этап подразумевает прохождение всех этапов дизайн-проектирования. Когда выбрана пара и определен сам подарок, можно перейти к его репрезентации. В этот момент мы останавливаем поиск референсов и сбор материла. Начинается анализ графического языка будущей упаковки. Подробно обсуждаются две главных составляющих: типографика информации всех уровней и готовые (типовые) упаковки.

Типографика. Логотип является важной графической составляющей первого уровня. На основе логотипа проектируем визитку. Название подарка. Акцидентная надпись. Визитная карточка. Этикетка. Стикер. Обложка. Рассматривается сам логотип (имя или название). Затем авторы выходят на поиск стилистики его написание, что включает выбор гарнитуры, цвет, фактуру и т.д. Визитная карточка дарителя. Визитная карточка может быть самой нетрадиционной формы. Например, она может быть частью упаковочной бумаги. Принимаются во внимание как сама идея подарка «закадычного друга», так и форма его подачи.

Готовая (типовая) упаковка. Форма подачи.

Конструкция, сама упаковка, бумага, банка, стакан, бочка, бутылка, сетка, перфорированная бумага, пленка, пластик, бечёвка и т.д.. Рассматриваются три основных компонента подарка: сам подарок, его



Рис. 2. Подарок другу. Пара друзей — В.Маяковский и Лиля Брик. Подарок — свистулька, как символ того, что поэт был готов на все лишь бы быть рядом со своей возлюбленной, автор Д.Лобынцева, руководитель З.Мордвинцева. 2020

этикетка, способ преподнесения, то есть сама упаковка. Лишь изобретательность, творческий подход, яркая идея позволяют добиться убедительного триединства всех элементов.

Мы всячески призываем студентов пользоваться готовыми формами, подручными материалами, недорогими и разнообразными средствами. Главная ценность проекта — идея, выраженная средствами дизайна при минимальных затрах.

Подводя итоги, зафиксируем результаты проведения этого курсового проекта.

1. Рассмотренное выше упражнение нацелено на освоение двух важных составляющих профессии. Интуитивность принятия решения и системное мышление. Совокупность этих алгоритмов в полной мере дают почувствовать ответственность за выбор решения. Проектирование упаковки совсем не индивидуальная работа. Все пункты, которые рассматриваются в описании рассчитаны на работу людей разных профессий, где дизайнер один из немногих.

2. Подача проекта, равно как и репрезентативная функция упаковки имеет большое значение. Подаче уделяется большое внимание на всех 4-х занятиях в течении всей практики. И на всем семестре «Упаковка» макетирование, съёмка и общая презентация занимают существенный процент от времени всего семестра. Задача преподавателя: вовремя остановить творческий процесс, и перейти к макетированию и подаче.

3. Проект показал, что для его успешного завершения, необходимо было провести и предпроектные исследования, то есть заняться научной работой. Для знакомства с темой была предложена к прочтению подобранная библиография по теме дизайн упаковки, методическое пособие и ссылки на интернет ресурсы.

В целом, выполненные проекты позволяют представить широкую панораму избранных тем и образных решений, отличаются самостоятельными проектными подходами и сложившимися образами, остроумными идеями и оригинальными композиционными решениями. Используемые студентами графические средства включают в себя практически весь доступный сегодня арсенал возможностей дизайн-графики.

Список литературы:

1. *Глинтерник Э.М.* Реклама в России XVIII — первой половины XX века. — Санкт-Петербург: Аврора. 2007.

2. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник. — Москва: «Архитектура-С», 2004, 288 с.

3. *Ефремов Н.Ф., Лемешко Т.В., Чуркин А.В.* Конструирование и дизайн тары и упаковки: Учебник для ВУЗов/ Моск. гос. ун-т печати. — Москва: МГУП, 2004.

4. *Ильина О.В.* Дизайн-конструирование тары и упаковки: учебное пособие / СПб ГТУРП. — Санкт-Петербург, 2013.

5. *Лаврентьев А.* Графический конструктивизм в оформлении упаковки. // Тара и упаковка, 1991, № 5.

6. Лексикон упаковщика. Терминологический словарь-справочник — Москва: «Колос», «Тара и упаковка», 1998.

7. *Лесняк В.* Графический дизайн. Основы профессии. — Москва: ИндексМаркет, 2011.

8. *Локс Ф.* Упаковка и экология: Учебное пособие. Пер. с англ. О.В. Наумовой. Под ред. В.А. Наумова. — Москва: Изд-во МГУП, 1999. 220 с.

9. *Михайлов С.М., Михайлова А.С.* История дизайна. Краткий курс: учебник для вузов. — Москва: Союз Дизайнеров России, 2004.

10. *Мордвинцева З.В., Мордвинцев Д.В., Пармон К.Ф.* Дизайн упаковки: образ, графика, конструкция» подготовлено для студентов-бакалавров направления «Дизайн» художественных ВУЗ›ов. — Москва: МГХПА им. С.Г.Строганова, 2020

11. Организация упаковки продовольственных товаров. Пер. с венг. Л. И. Павлова. — Москва: Агропромиздат, 1987.

12. Сладкая жизнь. Жестяная упаковка кондитерских фирм России: конец XIX – начало XX века. Сост. Березовская Л.Ю. Санкт-Петербургский музей хлеба. — Санкт-Петербург: «Арт-Палас», 2006. 119 с.

13. *Смиренный И.Н.* Москва на упаковках и этикетках. Конец XIX – начало XXI века: альбом-каталог, посвященный 860-летию Москвы. — Москва: 2007.

14. *Смиренный И.Н., Кулаков В.А.* Инфраструктура упаковочной отрасли Российской Федерации. — Москва: УПАКСЕРВИС, 2012.

15. *Сокольников Ю.* Упаковка. Все об упаковке. — Москва: ТИГРА, Магнезия, 2001.

16. *Стюарт Б.* Упаковка как инструмент эффективного маркетинга / Пер. с англ. В. В Грачева. — Москва: Изд-во МГУП, 1999.

17. Упаковка. Библиотека дизайна. Пер. с англ. — Москва: Арт-Родник, 1998.

18. *Хайн Томас.* Все об упаковке: Эволюция и секреты коробок, бутылок, консервных банок и тюбиков / Пер с англ. И. Шаргородской. — Санкт-Петербург: Азбука/Терра, 1997.

19. *Хэнлон Дж. Ф., Келси Р. Дж., Форсинио Х. Е.* Упаковка и тара: проектирование, технологии, применение; пер. с англ. — Санкт-Петербург: Профессия, 2006.

20. Упаковка пищевых продуктов / Ред. Р. Коулз, Д. МакДауэлл, М. Дж. Кирван ; Пер.с англ. Л. Г. Махотина. — Санкт-Петербург: Профессия, 2008.