

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕРНИСТСКОЙ И КЛАССИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМ В СОЗДАНИИ УПАКОВОЧНОГО КОМПЛЕКСА.

Стасевич М.,

Научный руководитель ст. преподаватель Говердовская Е.В. и Зимина Н. М.
Сибирский Федеральный Университет

В графическом дизайне есть три парадигмы, с помощью которых с помощью которых можно создать интереснейшие и абсолютно разные визуальные образы для рекламы. Это классическая парадигма, модернистская и постмодернистская.

На примере упаковок для натуральных эфирных масел мы рассмотрим закономерности модернистской и классической парадигм. Каждая из них имеет свои особенности, которые в корне отличают их друг от друга. Скажем, модернистская – более универсальная и актуальна для любого возраста и пола. Классическая же – лучше подходит для категории потребителей более зрелого возраста, высокого уровня достатка и с более утонченным вкусом. А постмодернистская – это некая наивность, молодежность, хаотичность.

Решение проектной задачи на основе принципа модернистской парадигмы.

Модернистский дизайн стремится всё упорядочить, разложить по полочкам. В графическом дизайне это привело к появлению конструкции для размещения иллюстраций, заголовков, текстов, всех компонентов вёрстки. Как ни сделай – всё хорошо, поскольку все демонстрирует логику и закономерность решения. А данная закономерность проявляет себя благодаря наличию модульной сетки. Модульная сетка – одно из высших достижений визуально-коммуникативного дизайна. Поэтому всю модернистскую типографику называют «модульной типографикой».

Эти закономерности можно пронаблюдать на примере стиля упаковки для эфирных масел. Вначале, мы выбираем целевую аудиторию, в нашем случае - это женщины и девушки от 18 лет. Поэтому мы используем более яркие цветочные текстуры, но с ориентиром на название продукции. Ощущение свежести утра, молодости и красоты переданы через необычную подачу цветка. Он не просто снят «в лоб», а помещен под стекло с каплями, что создает эффект прохлады.

Все блоки текста словно «нанизываются» на невидимую ось. Используется флаговый набор. Невооруженным взглядом можно заметить использование модульной сетки. Раппорт для упаковочной бумаги строится по тому же принципу. Так же мы создаем замысловатую конструкцию - упаковка состоит из двух компонентов: это «начинка» с цветочным принтом (изменяющийся сегмент в зависимости от аромата), и основной футляр с фирменным блоком. С помощью неожиданной конструкции мы делаем наш продукт запоминающимся и особенным, его хочется взять в руки, открыть.



Решение проектной задачи на основе принципа классической парадигмы.

Для классической системы характерны наличие изящной каллиграфии, большого белого пространства, легкость и равномерность композиции, центральная симметрия, образ элитарности. Большое внимание уделяется самому тексту, чтобы с первого взгляда на него появлялось ощущение серебра набора.

Целевая аудитория в этом случае уже иная – это взрослые мужчины и женщины. Как оговаривалось выше: ставится задача создать некий образ элитарности, солидности. Вручную ищется образ продукции, с помощью каллиграфических росчерков и разных способов написания. Затем, надпись обрабатывается на компьютере (это называется латтеринг). Каллиграфия в сочетании с наборным шрифтом складывается в гармоничный фирменный блок, который применяется на различных носителях.

Затем, подбирается графика, в данном случае используется акварель. Она дополняет элегантный логотип своей эфемерностью, добавляя яркость и неповторимость. С помощью графики и цвета мы демонстрируем все разнообразие продукции, т.е. разные цветочные запахи и виды упаковок. Такие упаковочные комплексы хорошо воспринимаются благодаря контрасту формы, цвета. Изюминка данного комплекса заключается в сдержанной внешней оболочке и ярким внутренним пространством, что само по себе уже является намеком на концептуальность.



Итак, применяя ту или иную парадигму, нам проще создать образ продукта, а так же на основе единой концепции, сделать разную по настроению рекламу, тем самым решив проектные задачи. Возникает возможность создания проектов, которые охватывают различные целевые аудитории.