

для принятия оптимального решения и эффективного управления процессом разработки упаковочной продукции, так как данный способ позволяет оценить структуру и взаимосвязи различных факторов влияющих на технологичность.

Данный метод применяется вместе с физическим и математическим моделированием, в тех случаях когда указанные методы не могут быть напрямую использованы на первых этапах проектирования из-за сложности качественного характера информации или в силу её недостатка. Метод экспертных оценок позволяет преумножить опыт конструкторов и технологов, а также усиливает его мнением потребителей продукции. Данный метод позволяет придать количественную математическую систематизированную форму. При решении этой задачи целесообразно использовать известные методы экспертных оценок. В связи с чем, данный метод позволяет оценить структуру, взаимосвязь и весовые характеристики, привести ранжирование отдельных факторов технологичности, то есть построить системно-информационную модель технологичности, получить информацию, необходимую для решения дальнейших управленческих задач.

Анализ результатов экспертных оценок, должен отражать точное соответствие взаимосвязи факторов технологичности с реальностью существующими производственными проблемами. Данный анализ должен позволять делать вывод, что каждая оцениваемая упаковочная продукция должна иметь свой индивидуальный список разногласий, которые, в конечном итоге, должны соответствовать достаточно высокому уровню достоверности информации полученной экспертным путём. Процесс отработки продукции на технологичность должен стремиться к улучшению полученных результатов, до тех пор, пока не будет удовлетворять планируемых показателей.

УДК 747.012.1

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ОБРАЗНОСТЬ ШРИФТА В ДИЗАЙНЕ УПАКОВКИ

Кашевский П.А., доцент кафедры «Промышленный дизайн и упаковка»
Белорусский национальный технический университет, г. Минск

Одной из тенденций в графическом решении упаковки в 2023 г. является использование исключительно текстовых элементов, что актуализирует проблемы функционирования шрифтовой графики и типографики в дизайне упаковки.

Как правило, текстовыми элементами упаковки являются: название продукта; «материнская» марка; информация о производителе, свойствах и

особенностях продукта, специальных предложениях; особенности потребления продукта; рассказ или история от производителя товара и др.

Текстовый материал на упаковке должен быть оформлен таким образом, чтобы он обладал максимальной удобочитаемостью, давал покупателю четкое представление о его структуре, облегчал поиск необходимой информации, а также, смог заинтересовать покупателя и побудить его к прочтению текста.

Непосредственно, под удобочитаемостью шрифта понимается качество восприятия читателем набранного шрифтом текста. Она зависит, прежде всего, от рисунка шрифта (различимости отдельных букв и знаков), от кегля (размера) шрифта, расстояния между буквами, словами и строками, длины строки, цветовых характеристик фона и шрифтовых элементов и др.

Очевидно, что все текстовые элементы упаковки должны быть удобочитаемы, обеспечивая оптимальное восприятие передаваемой информации. Для второстепенной текстовой информации (о потребительских свойствах и особенностях продукта, о количестве или комплектности товара и т.п.) обычно используются так называемые *наборные шрифты*. Для них характерен сдержанный рисунок и умеренная контрастность знаков, заметное различие между строчными и прописными буквами, а также нормальное (по ширине знаков) и прямое светлое (по наклону и насыщенности) начертание.

Однако, для некоторых текстовых элементов характеристика удобочитаемости является недостаточной. Так, название продукта, фирменное наименование изготовителя и т.п., должны быть набраны *акцидентными шрифтами*, которые не только выполняют свое прямое назначение, но и обладают художественно-эстетическими качествами, удовлетворяя при этом эстетические потребности покупателя.

В данном случае, согласно эстетическим требованиям, шрифты должны соответствовать передаваемому содержанию и выражать художественный образ товара (продукции), отражать современные представления об эстетической ценности упаковки, обладать эстетической выразительностью.

Прежде всего, графические характеристики шрифта должны соответствовать передаваемому содержанию, создавая художественный образ, соответствующий общей идее визуально-графического решения упаковки. В свою очередь, общая идея решения упаковки может определяться теми или иными свойствами и характеристиками упаковываемого товара, фирменным стилем компании или линейки товаров, маркетинговой стратегией и т.п.

В классической эстетике, под *художественным образом* понимается «специфическая для искусства форма отражения действительности и выражения мыслей и чувств художника. Художественный образ рождается в

воображении художника, воплощается в создаваемом им произведении в той или иной материальной форме (пластической, звуковой, жесто-мимической, словесной) и воссоздается воображением воспринимающего искусство зрителя, читателя, слушателя» [1, с. 239].

Высокая степень художественной образности шрифта в графическом решении упаковки важна в тех случаях, когда необходимо создать эмоциональную атмосферу для восприятия текста, затронуть чувства читающего и передать определенную идею предельно быстро, в знаковой форме.

Наибольшей образностью и художественной выразительностью обладают декоративные шрифты. Наличие декоративных элементов, рисованность пластики, имитация рукописного почерка или использование различных визуальных эффектов – все это позволяет достичь высокой степени образности данной группы шрифтов.

Шрифты антиквенной группы обладают такими качествами, как монументальность, торжественность, классическая строгость и простота. Они отличаются четкостью построения графических форм, гармоничными пропорциями, различной степенью контрастности штрихов и наличием засечек.

Рубленые (гротесковые) шрифты, за счет равной толщины всех буквенных элементов и отсутствия засечек, выразительны, просты, современны, обладают конструктивной ясностью и предельной функциональностью [2].

Художественная образность шрифта непосредственно достигается через зрительно воспринимаемые характеристики шрифтовых форм, композиционное расположение знаков, а также специфические характеристики шрифта и шрифтовые приемы.

В качестве зрительно воспринимаемых (физических) характеристик шрифта выступают: геометрический вид знаков (в частности, степень пластичности формы), величина, зрительная масса, фактура, текстура, цвет, плоскостное или иллюзорно-пространственное решение формы. Также, художественный образ шрифта образуется за счет применения различных композиционных приемов расположения знаков, слов и текстовых строк друг относительно друга, а также изменения интервалов между ними.

Специфическими характеристиками шрифта являются: гарнитурные признаки (пропорции шрифта, степень разноширинности знаков, контрастность, апертюра, угол наклона осей овалов, наличие и форма засечек, форма самих шрифтовых знаков и их элементов и др.); начертания шрифта, различающиеся по насыщенности, плотности и наклону знаков. Наряду с этим,

могут использоваться такие шрифтовые приемы, как набор прописными или строчными буквами, подчеркивание шрифта горизонтальными линейками, заключение текста в рамку или размещение его на цветной плашке.

В качестве примера художественной образности шрифта в графическом решении упаковки можно привести упаковку макаронных изделий Longi (рис. 1). В данном случае, название «spaghetti» выполнено шрифтом, образ которого отражает внешний вид продукта в приготовленном виде. Прежде всего, это достигается через пластичную форму знаков, основанную на базовом элементе – овале с «классическими» пропорциями сторон (2:3). Практически каждая из букв образована одной сплошной линией одинаковой толщины (шрифт неконтрастный – 1:1) с закругленными окончаниями. В названии продукта применяются строчные буквы, которые конструктивно, в отличие от прописных знаков, обладают верхними и нижними выносными элементами, что позволило наилучшим образом реализовать идею упаковки.



Рисунок 1. Художественная образность шрифта в графическом решении упаковки макаронных изделий Longi

Текстовая надпись композиционно располагается вдоль длинной стороны упаковки, подчиняясь ее пропорциям, а также подчёркивая форму спагетти. Такое композиционное решение дало возможность достичь гармоничного единства между графическим решением упаковки и ее формой.

Цветовое решение упаковки построено на контрасте белого цвета шрифта и темно-синего фона. При этом, цвет фона выполняет еще и информационную функцию, указывая на то, что это классические спагетти, а не овощные, упаковка для которых решена в зеленом цвете.

Таким образом, применение комплексного подхода в процессе выбора или проектирования шрифтов в дизайне упаковки товара, позволяет в полной мере выразить в текстовых элементах необходимый художественный образ.

Литература

1. Эстетика : Словарь / А. И. Абрамов [и др.]; под общ. ред. А. А. Беляева [и др.]. – М. : Политиздат, 1989. – 447 с.
2. Кашевский, П. А. Шрифтовая графика : учеб. пособие / П. А. Кашевский. – Минск : Звезда, 2014. – 192 с.

УДК 621.798:664.14

АНАЛИЗ КОНСТРУКЦИЙ И РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА УПАКОВКИ ДЛЯ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Садовская А.В., к.т.н., доцент кафедры «Промышленный дизайн и упаковка»
Новикова А.И., специалист сектора по изучению конъюнктуры рынка и
конкурентной среды СОАО «Коммунарка»
*Белорусский национальный технический университет
СОАО «Коммунарка», г. Минск*

Наборы конфет, шоколада и других кондитерских изделий являются одним из основных подарков на любой праздник, а также являются хорошим сувениром, отличаются от аналогичной продукции оригинальностью и технологичностью своей упаковки, формой и цветографическим решением. Важную роль при выборе продукта потребителями также оказывает его упаковка. Именно упаковка способна привлечь внимание, вызывает или не вызывает интерес покупателя к продукту, покупателя привлекают необычная форма, запоминающийся стиль, приятные на ощупь материалы, желание узнать больше о содержимом. Изучение тенденции развития кондитерской отрасли показал, что потребитель хочет видеть вкусный продукт в удобной упаковке, который приносит ему пользу. В этом и состоит важная задача белорусского производителя на сегодняшний день.

Анализ продукции кондитерской фабрики «Коммунарка» показал, что практически, вся упаковка изготавливается из картона и бумаги. Основными способами упаковывания являются: завертка, фасовка и упаковка кондитерских изделий (карамели, конфет, шоколада, печенья) в этикетку с двусторонней или односторонней закруткой, заделкой концов этикетки «в уголок», перекруткой концов этикетки, в обтяжку фольгу без бандероли, в обтяжку в фольгу с оклейкой бумажной красочной бандеролью, закруткой в бантик — «саше» или фасовкой в картонные пачки из заранее отпечатанных и высеченных красочных заготовок, в пакеты из термоспаивающегося целлофана (различных пленок) и в жестяные коробки.