

ОСОБЛИВОСТІ ХУДОЖНЬОГО ОФОРМЛЕННЯ ІЛЮСТРАЦІЙ ОБГОРТOK ДЛЯ МОЛОЧНОГО ШОКОЛАДУ

*Поліщук О. П.,
доктор філософських наук, професор кафедри образотворчого
мистецтва та дизайну,
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

*Любецька А. О.
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
спеціальність 022 «Дизайн»,
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

Вступ. Шоколад є особливим харчовим продуктом, який користується, насамперед, популярністю у дітей, підлітків та жіноцтва, хоча бувають звичайно, фанати шоколаду у будь-якому віці. Шоколад виник колись як напій серед аборигенів Південної Америки, що використовувався найчастіше у різних ритуалах. Згодом з ним познайомились європейці та навчилися завдяки пластифікаторам створювати шоколадні вироби різної форми, величини та ваги. До художнього оформлення коробок шоколадних цукерок колись залучали відомих художників, а зараз їх дизайн розробляють найчастіше графічні дизайнери чи дизайнери пакувань. Враховуючи, що цей харчовий продукт є популярним серед сучасників, доцільно дослідити специфіку дизайну шоколадної продукції, зокрема, українських виробників цього продукту.

Мета дослідження: здійснити аналіз колористичних особливостей обгортки молочних шоколадок популярних українських торгівельних марок.

Результати дослідження. Аналіз використання дизайнерами кольорів, як естетичної складової при художньому оформленні упаковки шоколаду оригінального дизайну, передбачає, на наш погляд, звернення до досвіду таких брендів шоколаду, як ТМ «Roshen» та ТМ «Бісквіт-шоколад». Дизайн упаковки шоколаду формує перше враження про продукт через елементи, такі як розмір, форма, кольорове рішення, використані ілюстрації та шрифти. Але загальний колорит і колірні характеристики кожного елемента ілюстративного матеріалу є важливим аспектом емоційного впливу дизайн-продукту на споживачів та його здатності підвищити лояльність до бренду.

Прикладом є дизайн упаковки з фольги ТМ «Roshen» (Рис.1), яка використовує контрастні кольори та антропоморфну фігуру в формі пакування: домінує червоний колір, другим за площею використання поверхні розгортки є білий, а акцентуючі кольори – жовтий (представлений золотистим кольором), синій і світло-брунатний; уживається при контурних зображеннях чорна барва.

Отже, експресія зображення виникає не лише через персонаж – добрий «Дід Мороз», але й думкою про свято, подарунки і, відповідно, радість. Тож креативна ідея дизайн-продукту спирається на використання естетичного явища прекрасного.

У свою чергу, пакування (розгортка у фользі) шоколадного виробу у формі яйця ТМ «Бісквіт-шоколад» (Рис.2) теж має м'яку лінію, але форму яйця, тобто біоформу тваринного походження. А ще вона викликає асоціацію з популярною дитячою казкою про курочку, яка несе золоті яйця. На пакуванні, де знаходяться золотисті шоколадні вироби у золотій фользі, які мають за розмірами форму перепелиного яйця, розміщено ілюстрацію, схожу до казки «Курочка-Ряба»: баба з дідусем, у якого в руці золоте яйце, сидять на лавці, а у ногах зозуляста курочка в корзині. У зображенні домінує жовтий колір (фон), акцентуючі кольори: червоний, зелений, синій, білий. Тобто, використано колірний контраст: теплий-холодний, хроматичний-ахроматичний.

За допомогою використання смужки світло брунатного кольору створюється ефект підсилення опуклості виробу.

Аналіз цих дизайнерських елементів розробки дозволяє стверджувати про оригінальний дизайн пакувань шоколаду із орієнтацією на нестандартну форму харчового продукту і врахування запитів споживачів та їхніх естетичних смаків.

На нашу думку, важливо враховувати досвід популярних брендів шоколаду, указаних вище, при створенні нових дизайнів, форм і пакувань шоколадної продукції. Зокрема при створенні дизайну упаковки, наприклад молочного шоколаду у біоформі, має поєднуватись стиль, функціональність й естетичні елементи, приємні для передусім дитячої аудиторії. Це дозволить створити продукт, що задовольняє потреби і естетичні смаки сучасної людини, привертаючи увагу не лише своїм зовнішнім виглядом, а й естетичною привабливістю.

Висновки. Дизайн упаковки шоколаду є важливим інструментом впливу на естетичні смаки й поведінку споживачів цільової групи, оскільки він формує перше враження про продукт та його сприйняття на емоційному, естетичному та утилітарному рівнях.

Література:

1. Дизайн пакування продукції «Roshen»: веб-сайт. URL: https://silpo.ua/product/figurka-shokoladna-roshen-did-moroz-695313?gad_source=1&gad_campaignid=20237383831&gbraid=0AAAAAo7bnAKkGWgIQXg5MZwQiy4xyR7Ji&gclid=CjwKCAjw3tzHBhBREiwAlMJoUgkmF4oWiVnG5sbyrSDhlOkRFOgBxQiEM_swhNLRw2bNnzbjF0WF-hoCGBkQAvD_BwE
2. Дизайн пакування продукції «Бісквіт-шоколад»: веб-сайт. URL: https://do-smaku.com.ua/tsukerky/czuckerky-shokoladni-zolote-yayechko-hbf-200g/?gad_source=1&gad_campaignid=19737924684&gbraid=0AAAAAC-vy0leXMI8Rw_SV7S6Va5wcoF0i&gclid=CjwKCAjw3tzHBhBREiwAlMJoUtaqC4qGYrCw1W562yNvBJrnTfBFDk1gSTQOyG-t2lV1P7J9kqulNRoCq_MQAvD