

Олена Поліщук

Житомирський державний університет, м. Житомир

Анастасія Любецька

Житомирський державний університет, м. Житомир

Художнє проектування сувенірної серії шоколадок

Постановка питання. У сучасному дизайні значну роль відіграє оформлення пакування продуктів харчування, зокрема сувенірної продукції. Шоколадні сувеніри є популярним елементом подарункової культури, оскільки поєднують смакові якості з емоційним і естетичним досвідом. Дизайн сувенірних шоколадок виконує не лише утилітарну функцію захисту продукту, але й стає інструментом комунікації, ідентичності та іміджу бренду. Саме художнє проектування визначає стилістику, емоційність та презентабельність сувенірної шоколадної серії, що підсилює її конкурентоспроможність.

Мета дослідження: аналіз естетично-художніх і практичних аспектів створення сувенірної серії шоколадок з оригінальною стилістикою й конструкцією пакування. Розглядається вплив графічних елементів, кольору, композиції та формотворення на сприйняття продукту, а також порівняння дизайнів сучасних шоколадних брендів для виявлення ефективних рішень.

Результати дослідження. Дизайн споживчого пакування шоколаду формує перше враження про продукт завдяки таким

елементам, як розмір, форма, кольорова гама, використані ілюстрації й шрифти. Важливим його аспектом чуттєвого впливу на споживачів виступає дизайн, що забезпечує підвищення до лояльності бренду. Прикладом є дизайн упаковки ТМ «Kinder» [1], яка використовує контрастні кольори – червоний, зелений і білий, вони одразу привертають увагу, адже перші з них є комплементарними. Ілюстрації з персонажами: Санта-Клаус, сніговик і пінгвіни, створюють святковий настрій та викликають позитивні емоції, орієнтовані на сімейну аудиторію і радість дітей. Крім того, трикутна форма коробки додає індивідуальності продукту та виділяє його серед конкурентів на полицях магазинів. У свою чергу, упаковка сувенірного пакування шоколаду ТМ «Roshen» [2] виконана у святковому стилі, зображуючи новорічний будиночок, що викликає асоціації з затишком і святковим настроєм (свято – щось небуденне і тому піднесене явище з естетичної точки зору). На будиночку намальований сніговик, це додає грайливості до презентованого візуального образу. Додаткові декоративні елементи: сніг, ялинка і загалом різдвяні мотиви та яскраві колірні акценти неначе підсилюють атмосферу свята й радості. Тож запропонована розробниками колірна палітра поєднує теплі і яскраві тони, що привертають увагу та створюють емоційне піднесення: ефект очікування подарунків. А загальна композиція художнього оформлення націлює на відчуття святковості, затишку та святкової магії, роблячи продукт привабливим для дітей і дорослих.

Висновки. Аналіз цих дизайнерських елементів створив упаковки, що поєднують функціональність і естетичну привабливість. А правильно підібрані кольори, форми та ілюстрації

роблять продукт бажаним для покупця, створюючи емоційний зв'язок і підвищують позитивне враження про бренд.

Список використаних джерел

1. *Дизайн пакування продукції новорічного набору Kinder «Різдвяний будиночок»* (n.d.). [Веб-сайт]. https://mu.edu.ua/c/NjbrN_wcB
2. *Дизайн пакування продукції подарункового набору Roshen «Солодка хатинка»* (n.d.). [Веб-сайт]. <https://mu.edu.ua/c/4zXqV>