

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра дизайна

Т.А. МАЗУРИНА, Т.А. АНТОНОВА, Т.В. ВЛАСОВА

УПАКОВКА ДЛЯ СЫПУЧИХ ПРОДУКТОВ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К КУРСОВОМУ ПРОЕКТУ № 3
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ»
специальности 070601 – Дизайн
специализации Графический дизайн

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Оренбург 2007

УДК 745/749:621.798 (076.5)

ББК 30.182 я 73

М – 12

Рецензент

кандидат искусствоведения, зав. кафедрой дизайна О.Б. Чепурова

Мазурина Т.А.

М Упаковка для сыпучих продуктов [Текст]: методические указания к курсовому проекту № 3 / Т.А. Мазурина, Т.А. Антонова, Т.В. Власова. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2007. – 22 с.

Методические указания содержат изложение темы курсового проекта, подкреплённое теоретическим материалом; описание рекомендуемых графических заданий и иллюстративный материал.

Методические указания предназначены для выполнения курсового проекта № 3 по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» для студентов специальности 070601 – Дизайн специализации Графический дизайн.

ББК 30.182 я 73

©Мазурина Т.А., 2007

Антонова Т.А., 2007

Власова Т.В., 2007

©ГОУ ОГУ, 2007

Содержание

Введение.....	5
1 Курсовой проект № 3. Упаковка для сыпучих продуктов.....	6
1.1 Методическая цель.....	6
1.2 Методические задачи.....	6
1.3 Содержание курсового проекта	6
1.4 Общие требования.....	8
1.5 Условия получения результата	8
1.6 Состав оборудования и материалов.....	9
2 Графическое задание.....	9
2.1 Упражнение 1. Создание смысловой концепции упаковки. Исследование условий, ограничений и требований (по индивидуальной теме)	9
2.2 Упражнение 2. Выразительные возможности граней упаковки. Нанесение графики на объёмную форму.....	10
3 Методические пояснения.....	11
Заключение.....	14
Список использованных источников.....	15
Приложение А.....	16
Упражнение 2. Выразительные возможности граней упаковки.....	16
Приложение Б.....	20
Подача курсового проекта «Упаковка для сыпучих продуктов».....	20

Введение

Представленные методические указания разработаны для обучения студентов дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» на первом курсе специальности 070601 – Дизайн, специализации Графический дизайн.

Материалом курсового проекта № 3 служат объекты, которые в силу особенностей их морфологии (элементарность конструкции, геометрическая и технологическая простота), часто используют в качестве носителей визуальных текстов, обладающих своей самостоятельной смысловой и композиционной структурой. Пример - упаковка различных видов, где композиционные задачи решаются, в основном, на поверхности объёмов. Акцент в данном проекте сделан на освоении цветографических средств композиционного моделирования формы: цветовые характеристики, цветовые отношения: масштаб, конфигурация и пластика пятен, фигур, шрифтовых полос, символов; на стилистическое единство объёмной формы и графики и на размещение графики на объёмной форме.

Основная цель курсового проекта: овладеть методами получения наглядной информации о свойствах проектируемого изделия в форме объёмного изображения, гармоничное сочетание формы, оформления и содержимого упаковки.

Основные задачи курсового проекта:

- исследовать условия и ограничения, с соблюдением которых должна вестись разработка упаковки. Разработать наглядную форму (схема, таблица и др.). До тех пор, пока не будет сформулирована полная система ориентации в ограничениях и требованиях, студенты не переходят к поиску самих решений;
- сформулировать композиционные принципы решения упаковки;
- разработать трансформирующуюся образную конструкцию упаковки;
- разработать цветографическое образное решение упаковки;
- произвести проверку реалистичности предложенных вариантов путём сверки их с системой требований (к рабочим параметрам упаковки: трансформируемость, блокируемость, удобство засыпки, закрывания, вскрытия; к визуальным характеристикам: соответствие содержимому, новые черты, отношение к традиции, смысловое отличие от других упаковок, визуальные эффекты, обеспечивающие нужный порядок прочтения формы упаковки).

1 Курсовой проект № 3. Упаковка для сыпучих продуктов

1.1 Методическая цель

Достижение единства стиля объёмной и плоской графической формы упаковки (графика на форме).

1.2 Методические задачи

Создание смысловой концепции упаковки. Исследование *условий, ограничений и требований*, с соблюдением которых должна вестись разработка упаковки (графическое задание 1).

Приобретение навыков *в создании упаковки. Способствовать логическому осмысленному созданию композиционной предметной формы.*

С помощью *композиционных приемов*, обеспечивающих следующую систему прочтения её формы:

- 1) визуальное выделение проектируемой упаковки среди других упаковок с этим же содержимым;
- 2) сосредоточение внимания на новом качестве содержимого;
- 3) превращение второстепенных элементов упаковки либо в фон, на котором прочитывается главный акцент, либо в элементы самой композиции, позволяющей читать главное.

Разработка *трансформирующейся конструкции* упаковки.

Образное решение формы упаковки: выражение в форме содержимого.

Формирование *соответствия формы упаковки её функциональным и конструктивно-технологическим особенностям.*

Цветографическое образное решение упаковки (шрифт может подаваться в виде полос, кроме названия содержимого и нового качества). Обязательные шрифтовые элементы: название упаковки, новое качество, товарный знак, штрих-код, ингредиенты и способ использования (приготовления).

Проверка реалистичности полученных вариантов упаковки путём сверки их с разработанной ранее системой условий, ограничений и требований.

Получение практических навыков *нанесения графики на форму.*

1.3 Содержание курсового проекта

Материалом учебного проектирования служат объекты, которые в силу особенностей их морфологии (элементарность конструкции, геометрическая и технологическая простота), часто используют в качестве носителей визуальных текстов, обладающих своей самостоятельной смысловой и композиционной структурой. Пример – упаковка различных видов, где композиционные задачи решаются, в основном, на поверхности объёмов.

Проектное задание заключается в следующем: выполнить дизайн-проект упаковки для сыпучего продукта, отличающегося *новым качеством* (детское питание с повышенным содержанием каких-либо компонентов, макаронные изделия особой формы, моющее средство с особым ароматом и т.д.). Композиционными средствами выделить данную упаковку среди других, обратить внимание на новое качество её содержимого. Функциональные требования: упаковка должна быстро (за одно движение) открываться и закрываться, трансформироваться из плоского состояния в объёмное. Технологические требования: использование бумажных замков, возможна склейка по технологическому шву.

Акцент в данном проекте сделан на освоении цветографических средств композиционного моделирования формы: цветовые характеристики, цветовые отношения: масштаб, конфигурация и пластика пятен, фигур, шрифтовых полос, символов; на стилистическое единство объёмной формы и графики, размещение графики на объёмной форме.

При выполнении проекта исследуются смысловые и психологические свойства различных цветографических приёмов, формируется умение композиционными приёмами обратить внимание на главное. Важнейшими моментами в решении этих задач является разнообразие представлений о среде, в которой необходимо рассматривать проектируемый объект в той роли, какую он играет в её процессах. Например, упаковка как предмет социально-культурной среды, как изделие производства, вещь в бытовой среде, товар на прилавках магазина, рекламный экспонат в уличной витрине.

Состав проектных материалов:

Графическая часть (планшет 75×55 см) (Приложение Б, рисунки Б.5 – Б.6), содержащая:

- виды (проекции) упаковки (цвет, гуашь или другая ручная графика) с нанесением размеров (тушь); М 1÷1;
- развёртка упаковки (цвет, гуашь или другая ручная графика) с нанесением размеров (тушь); М 1÷1, при необходимости возможно уменьшение;
- наглядное изображение упаковки (цвет, гуашь или другая ручная графика) с показом собственных и падающих теней; М 1÷1; изометрия;
- условные изображения основных моментов эксплуатации упаковки (свободная техника);
- складирование (штабелирование) упаковок (свободная техника);
- экономичность выкройки (компоновка в типовом формате, свободная техника);
- основные бумажные замки (свободная техника);
- цветопластический ключ (гуашь или другая ручная графика);
- название проекта, вспомогательные надписи и обозначения, подпись проекта.

Макет упаковки (М 1÷1) (Приложение Б, рисунок Б.1 – Б.4).
Материалы: ватман, картон; гуашь или другая ручная графика. Технология

изготовления бумажных макетов подробно изложена в учебном пособии к дисциплине «Макетирование в графическом дизайне» [1].

Пояснительная записка к проекту: «Упаковка для

_____»), содержащая разделы:

- анализ аналогов;
- таблица требований и ограничений к упаковке;
- художественный образ комплекта;
- композиционные принципы решения упаковки;
- образ содержимого;
- функциональность;
- технологичность и экономичность;
- концепция конструктивного решения упаковки (основной формообразующий приём);
- основные бумажные замки;
- концепция графического решения упаковки;
- обоснование выбора шрифта;
- единство стиля формы и графики;
- красота, эстетичность и новизна упаковки.

Объём пояснительной записки: не менее пяти страниц печатного текста (шрифт 14 Times New Roman, поля: левое – не менее 30 мм, правое – не менее 10 мм, верхнее – не менее 15 мм, нижнее – не менее 20 мм, одинарный пробел) и приложение (аналоги, эскизы).

1.4 Общие требования

Последовательное и своевременное выполнение этапов проектирования ведет к успешному достижению цели и решению задач проекта.

Этапы выполнения курсового проекта:

- вводная лекция и выдача задания;
- выполнение вспомогательного графического задания;
- эскизирование на заданную тему;
- окончательное (чистовое) выполнение графической подачи, макета и пояснительной записки.

1.5 Условия получения результата

Соблюдение закономерностей композиции с целью создания гармоничных форм. Высокое технологическое качество исполнения.

1.6 Состав оборудования и материалов

Для выполнения данного курсового проекта необходимо светлое, просторное помещение, оборудованное удобными для проектной работы столами и стульями (для каждого студента – отдельное рабочее место).

Материалы и инструменты, необходимые в работе над курсовым проектом: бумага и картон разных фактур (к теме проекта); тушь, гуашь, другие материалы для выполнения макета; рапидограф (рейсфедер), кисти, макетный резак (скальпель), чертёжные инструменты.

2 Графическое задание

Графическое задание к курсовому проекту состоит из упражнений, отвечающих тематике проекта и позволяющих качественно подготовиться к его непосредственному выполнению.

2.1 Упражнение 1. Создание смысловой концепции упаковки.

Исследование условий, ограничений и требований (по индивидуальной теме)

Цель: получение навыков самостоятельного определения задач проектирования для их последующего решения.

Задачи:

- формулирование смысловых и психологических требований к композиционному решению формы и графики упаковки;
- определение ограничений и требований к *рабочим параметрам упаковки*: трансформируемости, блокируемости, удобству засыпки, закрыванию, вскрытию, удержанию содержимого;
- выявление *оптимальных визуальных характеристик* упаковки: соответствие содержимому, отражение нового качества, отношение к традиции, визуальное отличие от других упаковок; визуальные эффекты, обеспечивающие нужный порядок прочтения формы упаковки;
- разработка сценария «Жизнь упаковки»: требования к изготовлению, заполнению продуктом, условиям транспортировки, складированию, покупке, использованию, долговечности, использованию после «смерти» упаковки;
- определение требований и ограничений к обязательным надписям, условным обозначениям;
- проверка реалистичности разработанных вариантов упаковки путём сверки их с определённой ранее системой условий, ограничений и требований к упаковке;
- разработка наглядной формы подачи упражнения (схема, таблица и др., техника свободная); рекомендуется на графическом листе заранее оставить место для подачи результатов сверки.

Условия получения результата: до тех пор, пока не будет достигнута полная система ориентации в ограничениях и требованиях, студенты не переходят к поиску самих решений.

Материалы: ватман формата А3, графические материалы.

2.2 Упражнение 2. Выразительные возможности граней упаковки. Нанесение графики на объёмную форму (Приложение А, рисунок А.1 – А.8)

Упражнение «Выразительные возможности граней упаковки» позволяет изучить основные виды композиционного решения упаковок.

Последовательность выполнения: вычертить развёртки восьми кубов со стороной 5 см, склеить их, разработать графическое решение соответственно поставленным задачам и нанести графику на поверхность кубов. Если графика наносится на кубы с помощью водосодержащих растворов (гуашь, тушь), во избежание деформации бумаги рекомендуется следующая поэтапность работы: натянуть ватман (тонкий картон) на подрамник [2, с. 16-17], вычертить развёртки кубов, нанести графику, вырезать развёртки, склеить кубы.

Название упаковки включается в графическую композицию в виде полос нужного цвета (тона).

Цель: достижение заданной композиционной выразительности простого геометрического объёма (символизирующего упаковку) с помощью его графического решения.

Задачи графического решения:

- «одна главная сторона»: визуальное выделение одной главной стороны как композиционного центра с помощью цвета, тона, сложности графики и т.д. (применяется преимущественно для упаковок с однородным содержимым и единственным местом открывания);
- «принцип параллельных сторон»: визуальное выделение двух одинаковых главных сторон, расположенных друг напротив друга; композиционное соподчинение остальных попарно параллельных и попарно одинаковых сторон (используется в упаковках, содержащих продукт нескольких видов или открывающихся с разных сторон);
- «визуальная масса – низ упаковки»: – создание ощущения тяжести, статичности, стремления вниз (применяется для придания упаковке визуальной устойчивости и чёткого обозначения нижней грани – «не кантовать!»);
- «визуальная масса – верх упаковки»: – создание ощущения лёгкости, стремления вверх (применяется для выражения небольшой массы, «воздушности» содержимого);
- «подчеркивание объёмной формы»: выражение в графике формы куба с помощью подчинения графического решения композиционной структуре квадрата, геометрии пластики линий, пятен, фактур; с

- помощью контрастности тона, визуального выделения рёбер куба (применяется для образного выражения содержимого – «жесткое»);
- *«разрушение объёмной формы»*: отсутствие подчинения графического решения композиционной структуре квадрата, визуальное исчезновение рёбер куба в результате «перетекания» изображения с грани на грань (применяется для образного выражения содержимого – «пластичное, мягкое или отличное от формы упаковки»);
 - *«раппорт – основной композиционный приём»*: визуальное подчеркивание сыпучести, многочисленности, мелких размеров и одинаковости формы содержимого (применяется для образного выражения, а также как элемент фирменного стиля);
 - *«смешение приёмов»*: авторское решение, создание графической концепции, основанной на применении двух-трёх вышеперечисленных приёмов (применяется в упаковке наиболее часто).

Условия получения результата: оригинальность, точность и аккуратность, однозначность решения.

Материалы: ватман или тонкий картон, клей ПВА, резак (скальпель); тушь, гуашь, другие графические материалы.

3 Методические пояснения

Упаковка создает мнение о товаре, представляет и рассказывает о нем. Для привлечения внимания потребителя, очень важно выделить свой продукт с помощью оригинальной, интересной конструкции и оформления. Упаковка, как оболочка, содержащая товар, включает в себя конструкцию, цвет, форму, маркировку и материалы. При создании упаковки следует учитывать три фактора:

- способность быть заметной среди других упаковок;
- наличие вербальной и невербальной передачи информации;
- престижность.

В жизни человечества упаковка всегда играла важную роль. Однако об истории ее развития до сих пор известно очень мало. Самое древнее изображение - если не считать археологические данные - датируется 750 годом до н.э. На нем видно, как ассирийские купцы перевозят товары на вьючной лошади. На одной из греческих ваз - примерно 550 год до н.э. - показан царь Арка-Силаос, наблюдающий за рабами, которые взвешивают и упаковывают античное растение сильфон. Видно, что упаковка имеет форму кулька, сделанного очевидно из материи.

Предшественником мешка были шкуры животных, имевшие важное значение на раннем этапе истории человечества. Для изготовления мешка применялись различные материалы, в том числе ткань, кожа, жгут, или клеенка. На него уже в средние века наносились клейма, положившие начало развития товарных знаков и фабричных марок. Вплоть до 18 века товары хранились, перевозились и продавались все еще в объемных упаковках: мешках, тюках или

бочках, затем их на ярмарках и рынках в меньших дозах перекладывали в емкости покупателей.

В Средние века уже имелись ценные декоративные сосуды - изделия кустарного промысла. Типичны для конца XVI века были табакерки голландского производства фактур. В XVIII века материалом для упаковок служили листовая медь и латунь.

В Испании, Франции и Италии в это же время оттиски стали делать прямо на коробках. Все это служило одной цели - завоевать покупателя для данного вида продукции.

Упаковка (итальянское tara, арабское тарха - то, что отброшено) – тара, изделие, служащее для упаковки, хранения и транспортировки товаров.

Развитие упаковки шагнуло далеко вперед. Современное общество обладает техникой, позволяющей отказаться от применения ручного труда, наладить серийное производство упаковочных материалов самых различных типов, свойств и форм. Многие производства оснащены машинами и оборудованием, выполняющими все необходимые операции по изготовлению упаковки, её фальцовке, склеиванию, маркировке, заполнению товаром, также рекламному оформлению с применением трафаретной, высокой, глубокой, флексографической печати, горячего тиснения, наложения тонкой оловянной фольги и т.п. В числе упаковочных материалов - разнообразные полимерные пленки, пластмассы; однослойный, многослойный и гофрированный картон; пенополистерол, листовая сталь, фольга. Несмотря на большое разнообразие упаковочных конструкций из синтетических материалов, в числе самых интересных остаются упаковки из картона и бумаги.

Распространение картонной и бумажной упаковки объясняется не только традицией, но и свойствами самих материалов. Химически безвредные бумага и картон широко применяются для производственных товаров (кондитерских, молочных, бакалейных и т.п.), фото и киноматериалов, фармацевтической продукции, сувениров, книг и других товаров широкого потребления. Картонную и бумажную упаковку выпускают и небольшие фирмы, принадлежащие предприятию - изготовителю товаров, и крупные специализированные объединения, выполняющие заказы промышленности. Конструктивные схемы картонной упаковки обычно унифицированы в основе единой модульной системы. Готовый картонный «крой» различного типа фирмы поставляют своим заказчикам для рекламного и информационного оформления с помощью цветовой печати.

Конструктивная основа выкоек картонной упаковки строится, как правило, на двух типах соединения: склейка, скреплении деталей замками или их комбинации. Оба варианта соединения гарантируют прочность и устойчивость упаковки. Форма выкоек может быть самой разнообразной - от простейшей с одной крышкой и клапаном, до сложной с большим количеством задвижек и клапанов. Тем не менее все разнообразие выкоек картонных упаковок можно разделить на две группы: симметричные и асимметричные.

В конструкции упаковки могут быть предусмотрены отверстия или ручки для переноса товара, а также прозрачные «окна» для демонстрации части изделия. Если для сохранности товара требуется более прочная основа, боковые и нижние плоскости элементов коробки укрепляются двойным слоем картона с учетом дополнительной фальцовки, предусмотренной в выкройке. Таким же образом при необходимости укрепляются углы упаковочных конструкций.

Однако прочность и конструктивность, совершенство упаковки, как ни важны сами по себе, не могут полностью определять качество упаковки с точки зрения потребителя. Человеку, покупающему товар, свойственно в первую очередь обращать внимание на рекламно-графическое решение упаковки, на характер помещенной информации о содержимом коробки или какой-либо другой упаковочной продукции. В современном подходе к рекламному оформлению упаковки ведущей остается тенденция «диалога» с покупателем. Оформление упаковки строится с учетом многообразия противоречивых интересов людей, их вкусов и потребностей. Реклама, предназначенная для потребительской массы, должна легко, удобно восприниматься.

Такая ориентация в рекламном оформлении упаковки привела к тому, что главную роль в системе изобразительных средств стала играть основная, самая характерная особенность, деталь товара или полное его изображение.

Одновременно возрастает значение краткой, но выразительной шрифтовой части текстовой информации, помещаемой на упаковке. Все это определило два ведущих направления в рекламном оформлении упаковочных средств: сюжетное и шрифтовое.

Выбор того или иного решения не означает, однако, что в сюжетной композиции отсутствует шрифтовая информация, а в шрифтовой тот или иной графический акцент в виде товарного знака или другого цветного пятна. Важно, чтобы и сюжетная и шрифтовая композиции действовали на покупателя как маленький плакат - ярко и убедительно. Многообразие композиционных решений, богатство и лаконизм цветовых отношений не только повышают уровень воздействия рекламной упаковки на потенциального покупателя, но и превращают ее из предмета утилитарной необходимости в своеобразный декоративный элемент при оформлении товарных витрин и выкладки в интерьере торгового зала.

Активное психологическое воздействие художественно-выразительной рекламной упаковки приводят к увеличению числа импульсивных, незапланированных покупок. Известны случаи, когда люди отдают предпочтение красивой упаковке, не особенно задумываясь о практической целесообразности приобретенного товара. Продуманное выразительное рекламное оформление упаковки расширяет ее функции, ее роль не ограничивается утилитарным назначением предохранять содержимое от порчи при транспортировке и обеспечивать хранение товара. Упаковка становится основным источником информации о товаре, активным средством привлечения внимания покупателя.

В этой области требуется особо важное умение оформления, так как упаковка - предмет, имеющий три измерения, и требует от дизайнера широких

познаний, не только эстетических, но и производственных. Подводя итог вышеизложенному, следует выделить - упаковка несет на себе несколько функций: защитную, рационализаторскую, манипуляторную, потребительскую, информационную и представительскую. Упаковка, таким образом, является элементом качества упакованных изделий.

Эстетические функции упаковки ставят такие требования к дизайнерам, что их только в редких случаях можно выполнить в одиночку - тут не обойтись без взаимодействия с заказчиками, технологиями, экономистами, психологами и, разумеется, с текстовиками. Надо стремиться к тому художественному оформлению упаковки, которое было бы типично для данного продукта или изделия.

Одной из важнейших задач является создание такой концепция упаковки, чтобы ее форма и графическое оформление отвечали одновременно фирменному стилю предприятия и характеру содержимого и базировались на экономии материалов и средств. Современному крупному развитому промышленному производству так же как и малому предприятию нужна современная упаковка. В надежных средствах хранения, в удобных средствах перевозки, в красивых средствах рекламы нуждаются все отрасли народного хозяйства.

Упаковка должна «сама проситься в руки покупателя». Этого можно достичь за счет такой формы, цвета, размера и текстуры материала, которые являлись бы средствами передачи необходимой визуальной и тактильной рекламной информации о товаре и о способе его применения. Упаковка хорошего качества не только легко распознается среди прочих, но и создает индивидуальный образ товара. Кроме того, упаковка продолжает продвижение товара в домашнем окружении, создавая образ торговой марки и её запоминание и предпочтение. Упаковка должна легко открываться и закрываться, не затрудняя использование содержимого.

Заключение

При выполнении проекта исследуются смысловые и психологические свойства различных цветографических приёмов, формируется умение композиционными приёмами обратить внимание на главное. Важнейшими моментами в решении этих задач является разнообразие представлений о среде, в которой необходимо рассматривать проектируемый объект в той роли, какую он играет в её процессах. Например, упаковка как предмет социально-культурной среды, как изделие производства, вещь в бытовой среде, товар на прилавках магазина, рекламный экспонат в уличной витрине.

Композиционные приемы и образно-пластические решения через практическое применение в проектировании играют ведущую роль как в создании будущего образа, так и визуальной форме объекта. Это должно выполняться в соответствии с выдвигаемыми экономическими, производственно-технологическими и социально-культурными требованиями.

Список использованных источников

1. Мазурина, Т.А. Макетирование в графическом дизайне [Текст]: учебное пособие / Т.А.Мазурина, О.Р. Халиуллина. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2005. – 144 с.
2. Рабочая программа дисциплины «Проектирование в графическом дизайне (I курс)» / сост. Т. А. Мазурина.– Оренбург: ГОУ ОГУ, 2004. – 29 с.

Приложение А

(обязательное)

Упражнение 2. Выразительные возможности граней упаковки

Работы студентов первых курсов кафедры дизайна ОГУ,

руководители: Т.А. Мазурина, С.Г. Шлеюк

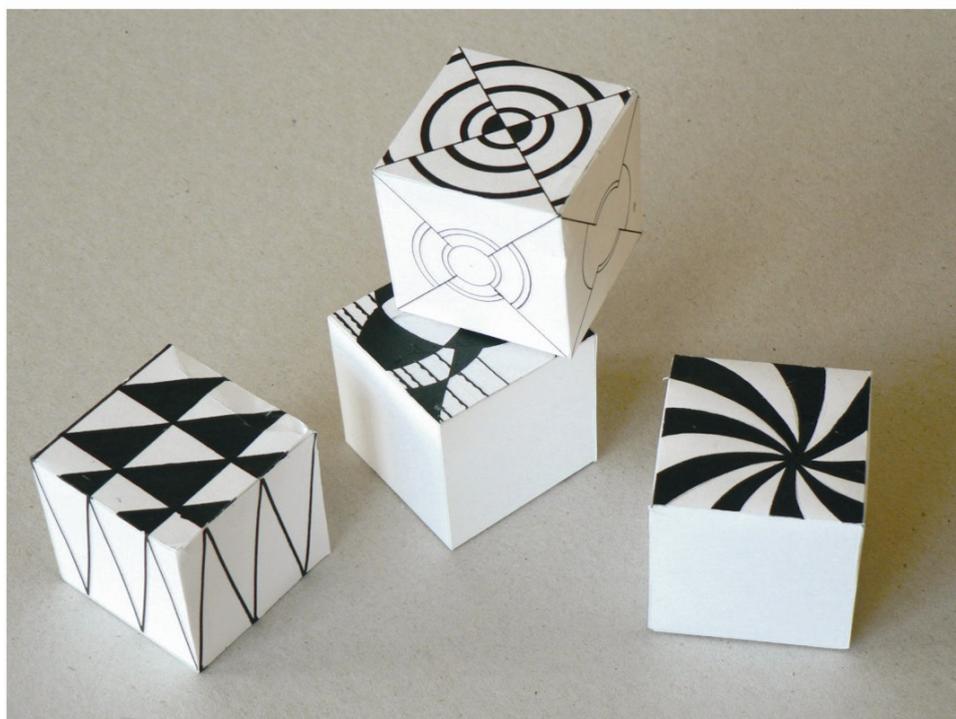


Рисунок А.1 – Одна главная сторона



Рисунок А.2 – Принцип параллельных сторон

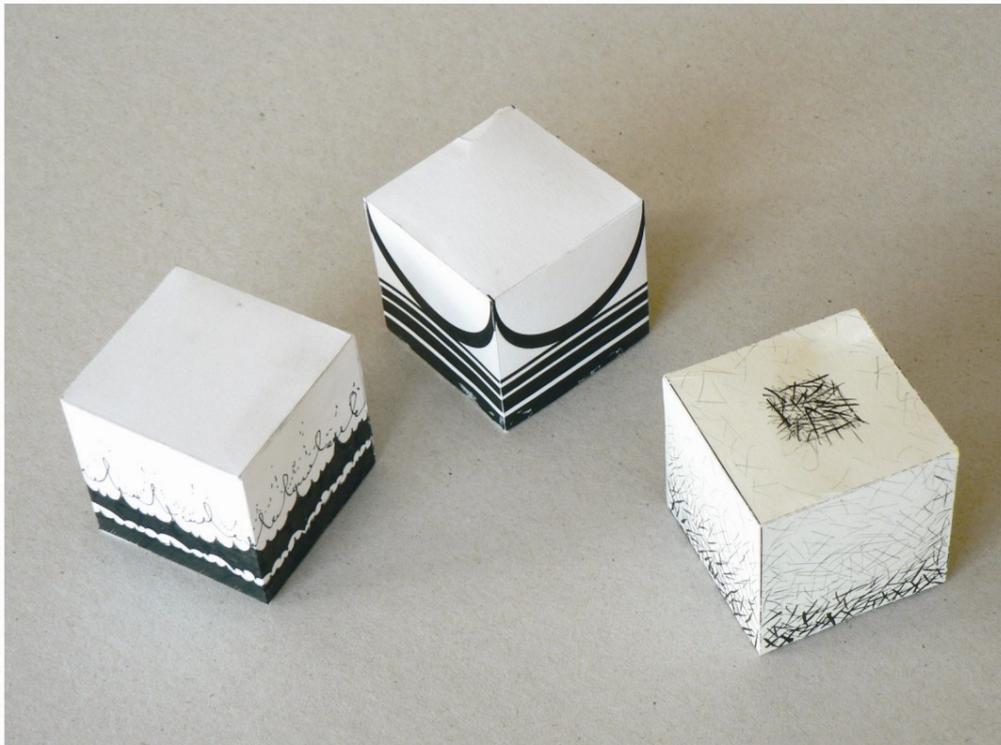


Рисунок А.3 – Визуальная масса – низ упаковки

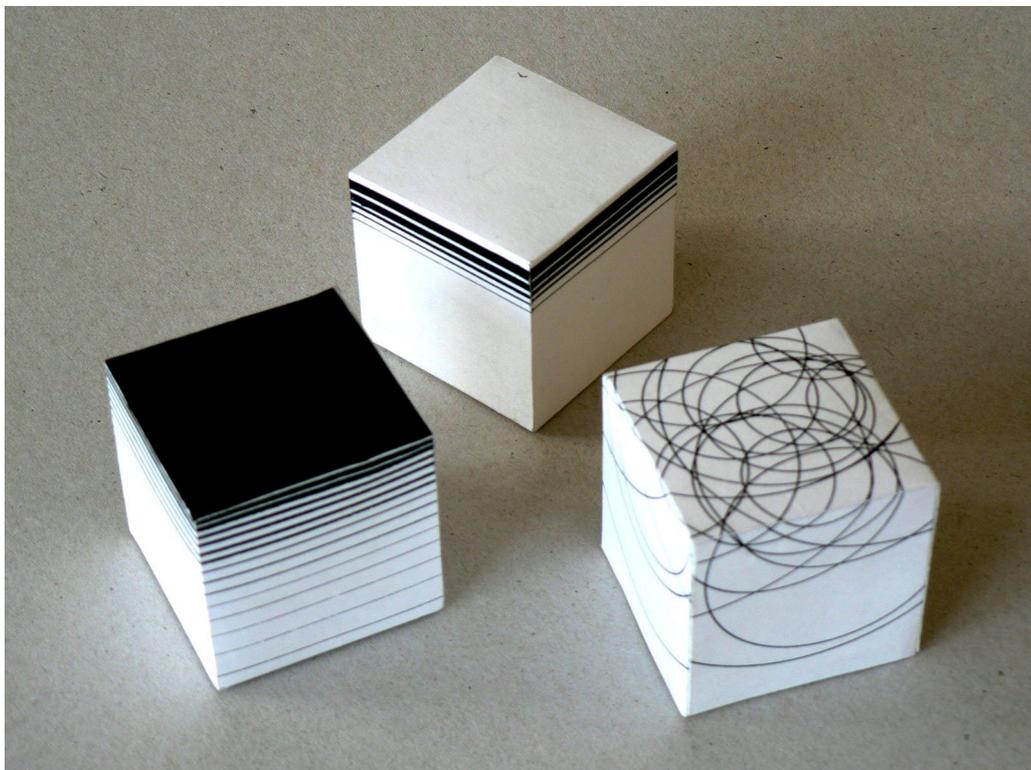


Рисунок А.4 – Визуальная масса – верх упаковки



Рисунок А.5 – Подчеркивание объемной формы

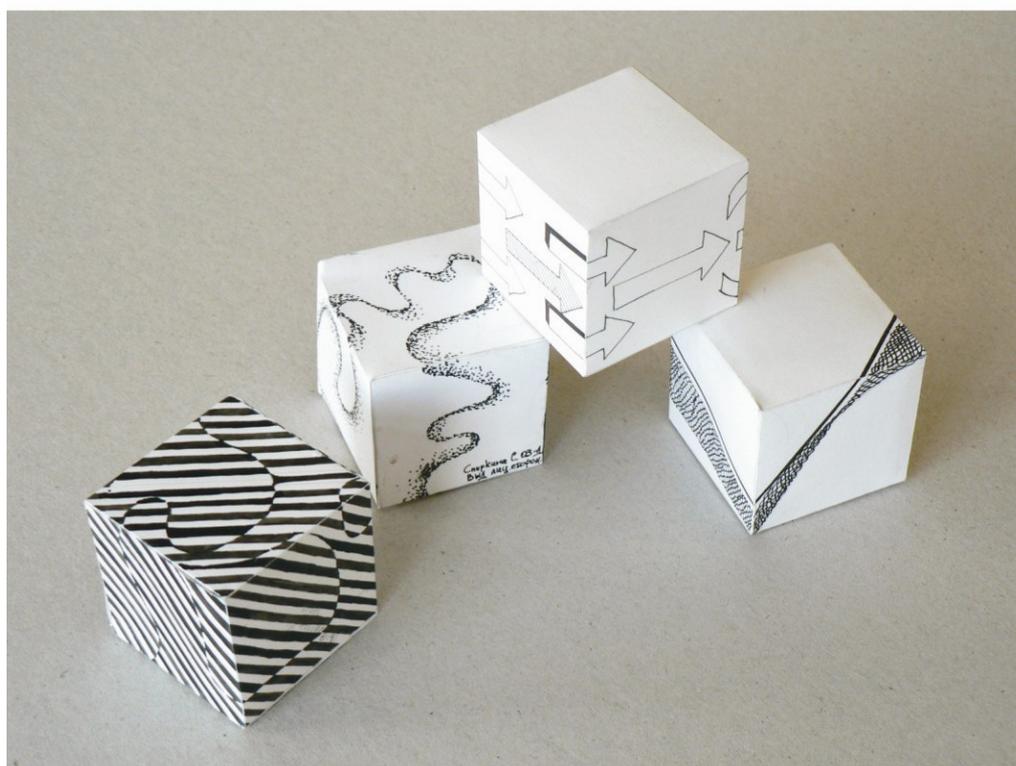


Рисунок А.6 – Разрушение объемной формы

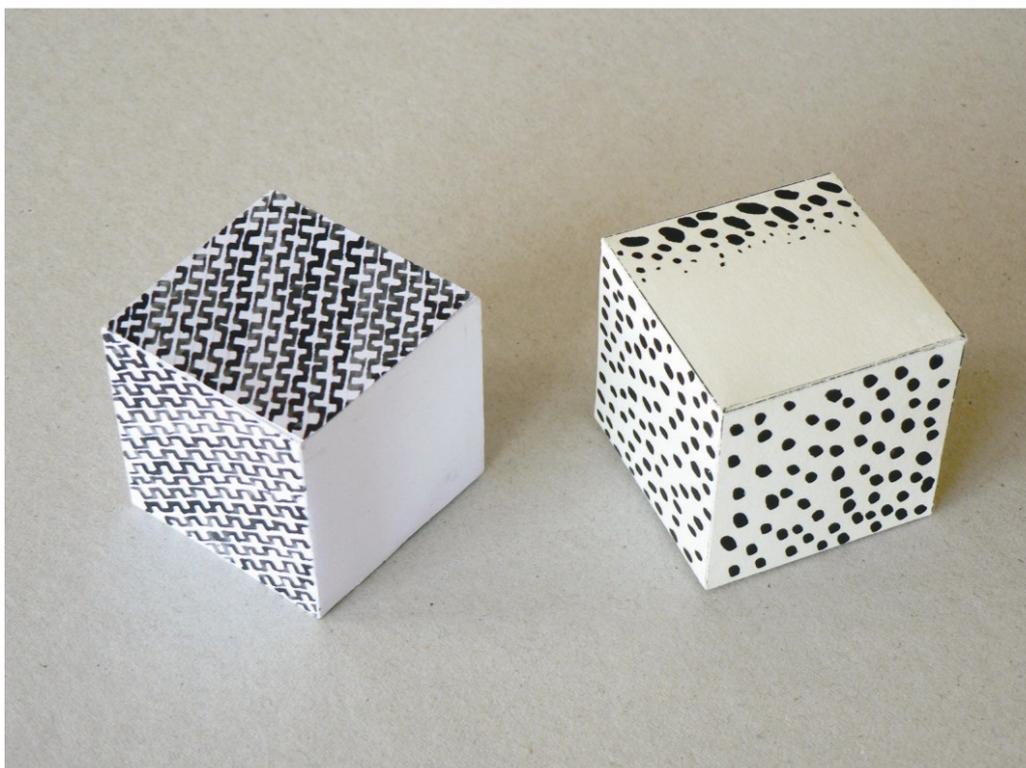


Рисунок А.7 – Раппорт – основной композиционный приём

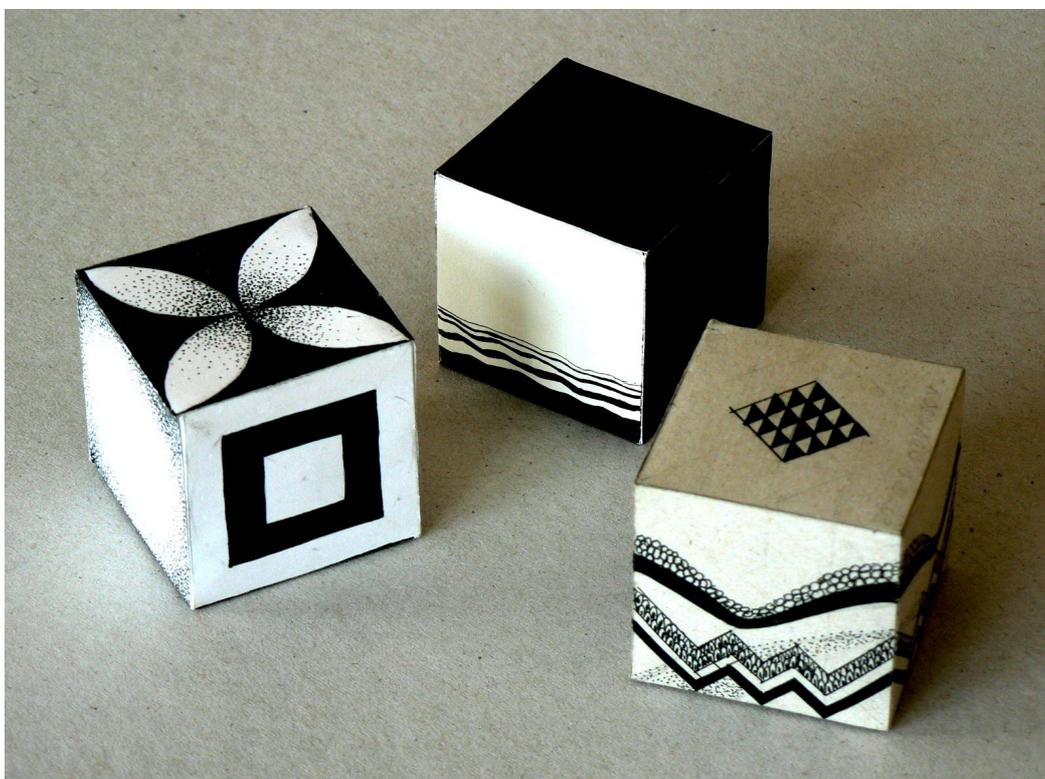


Рисунок А.8 – Смешение приёмов

Приложение Б

(обязательное)

Подача курсового проекта «Упаковка для сыпучих продуктов»

Работы студентов первых курсов кафедры дизайна ОГУ,
руководители: Т.А. Антонова, Т.В. Власова, В.В. Цой



Рисунок Б.1 – Макет упаковки для конфет. Сидоров С.



Рисунок Б.2 – Макет упаковки для корма. Вакорин А.



Рисунок Б.3 – Макет упаковки для крекеров. Мерзликина Л.



Рисунок Б.4 – Макет упаковки для корма. Чистякова И.

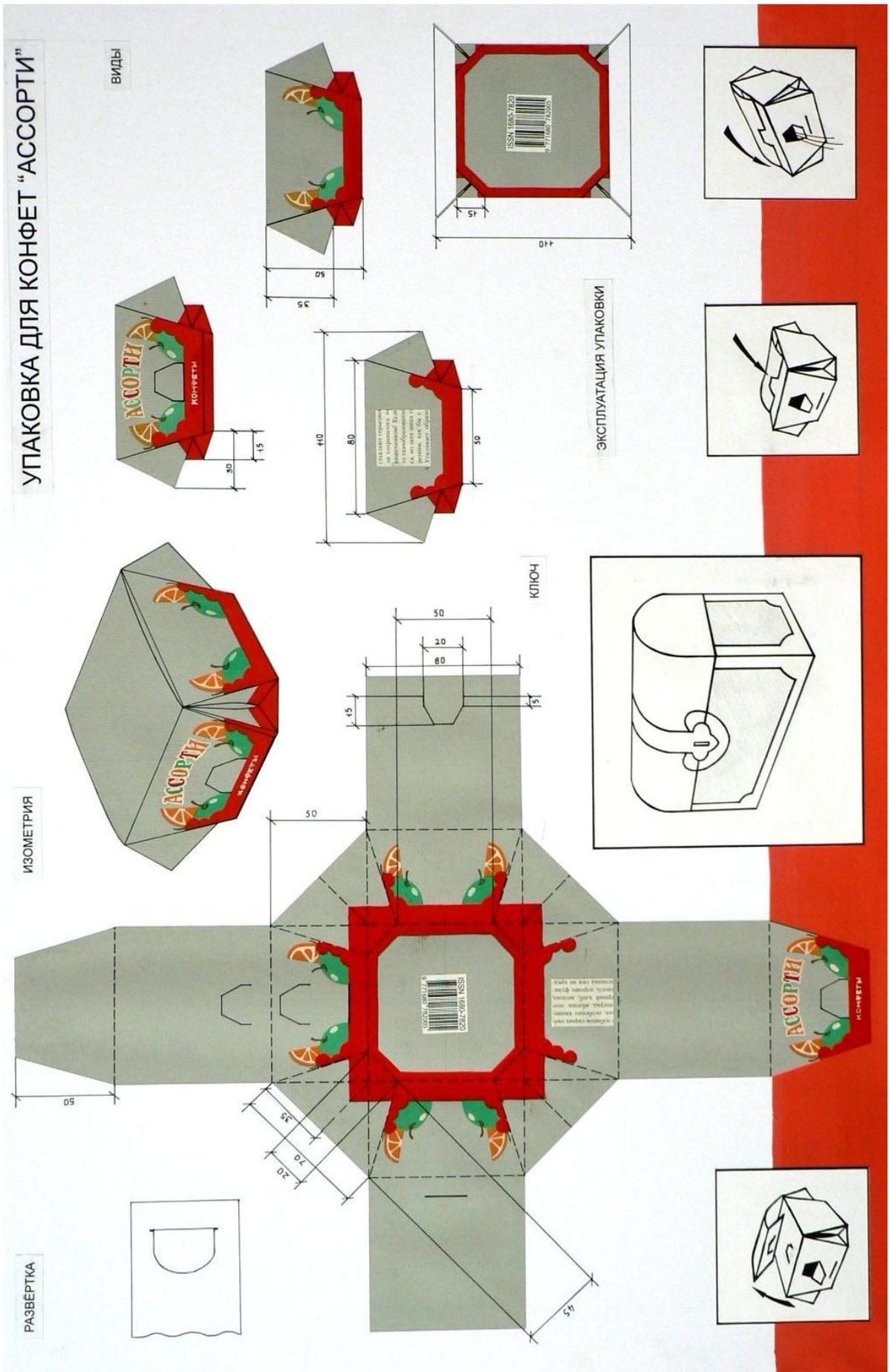


Рисунок Б.6 – Графическая подача проекта. Новиков Г.