

УДК

766:621.798.1]:378.091.3

DOI:10.30857/2617-0272.2018.3.5.

БОЖКО Т.О.

Київський національний університет культури і мистецтв

НАВЧАЛЬНІ АЛГОРИТМИ ДИЗАЙНУ ПАКУВАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Мета статті розглянути і виокремити алгоритми навчального процесу з підготовки майбутніх фахівців з дизайну пакувальної продукції. Для цього розглянуто і виділено ті етапи навчального проектування, що є підготовчими до самостійного виконання проектів пакувальної продукції.

Методика дослідження передбачає використання методу системно-порівняльного аналізу та зіставлення алгоритмів професійного та навчального проектування.

Результати. В статті доведено невідповідність очікувань студентства на інсайт у постановці та вирішенні проектних завдань. Визначено необхідність свідомого формування уявлень про синтетичний та інтегрований характер дизайн-діяльності. Сформульовано та виділено шість етапів навчальної діяльності, а саме: накопичення досвіду проектувальника стосовно можливостей формоутворення пакувальних конструкцій і їх подальших трансформувальних, залежно від матеріалів і технологій виготовлення; вивчення аналогів пакувальної продукції; формулювання проектних проблем, відповідно до кожної проектної ситуації; генерування ідей; формування варіативних проектних пропозицій; тестування згенерованих пропозицій та вибір найбільш оптимального рішення.

Наукова новизна роботи полягає у встановленні етапів навчального проектування, відмінних від класичної методики, та розкритті тих сутнісних протиріч, з якими доводиться зтискатись, і які необхідно вирішувати проектувальнику в процесі опанування навичок дизайну пакувальної продукції.

Практична значимість дослідження полягає у його впливовості на процес підготовки дизайнерів-графіків, з визначенням наступних складових: формування базових знань; розвиток спостереження; навички аналізу; навички креативного мислення та генерування ідей; керування процесами видозмін та навичками точного технічного відтворення означених видозмін за допомогою широкої гами зображувальних засобів; емпатії та навичок обґрунтованого вибору проектних пропозицій.

Ключові слова: дизайн пакувальної продукції, алгоритми навчального проектування, етапи проектної діяльності.

Вступ. У сьогоденні постійний розвиток товарного ринку та його інформаційного забезпечення неможливі без свідомого передбачення результатів проектної діяльності стосовно товарів, що створюються і їх споживчих властивостей. Власне цей процес проектування, прогнозування та передбачення споживчих властивостей товарів і є дизайном, а процес передбачення ефективних способів представлення товарів на споживчому

ринку в пакувальних конструкціях є дизайном пакувань.

Результати проектування пакувальної продукції напряму залежать від якості підготовки дизайнера. Але алгоритми підготовки фахівців до проектування пакувальної продукції допоки лишуються поза увагою науковців.

Варто зауважити, що проблеми алгоритмів дизайнерського мислення останнім часом є дуже актуальними. До їх обговорення і висловлення думок

звертається значна кількість науковців, зокрема Говорун А.В.[3], Іванова А.А.[2], Кузнецова В.М.[5], Кучер С.Л.[6], Пильнік Р.О. [8].

Однак, наводячи типові етапи проектного процесу, на яких формулюються проблеми, задаються правильні питання, генеруються нові ідеї та вибираються кращі рішення, дослідники автентично передбачають, що до проектної ситуації підходить вже підготовлений фахівець. Універсальна модель такого фахівця передбачає наявність у нього необхідних базових знань та досвіду проектної діяльності, що дозволяють йому вирішувати фахові питання та генерувати інноваційні пропозиції. Натомість питання підготовки такого фахівця і окреслення завдань та проблем, з якими йому доводиться зтикатися в процесі підготовки до фахової діяльності, допоки залишаються поза увагою науковців.

Постановка завдання. Отже, мета даної статті розглянути і виокремити ті етапи навчального проектування, що є підготовчими до самостійного виконання проектів пакувальної продукції. Зважаючи на все зростаючу популярність спеціалізації графічний дизайн, в межах якої здійснюється підготовка до проектування пакувальної продукції, є доречним приділити заглиблену увагу питанням підготовки студентства до цієї професії та тим алгоритмам навчального проектування, що призводять до утворення інноваційних та ефективних проектних розробок.

Результати дослідження. В найбільш ґрунтовній методичній праці – методиці художнього конструювання, алгоритми дизайнерського проектування стисло окреслюються висловлюванням: *функція – конструкція – концепція – образ*. Пояснення й обґрунтування цього алгоритму свідчать, що першим кроком проектної діяльності має бути усвідомлення

проектних задач і визначення функціонального призначення об'єкта проектування. Наступний крок – вивчення аналогів об'єкта проектування з точки зору їх конструктивної будови, її доцільності й можливості модифікації. Потім має місце етап генерування ідей і формулювання дизайнерських концепцій з обов'язковою присутністю інноваційної компоненти і внесенням змін у конструктивну будову, або з пропозиціями абсолютно нової конструктивної схеми об'єктів проектування. І, нарешті, залежно від пропонованої конструктивної схеми, вибудовувався кінцевий образ об'єкта проектування за рахунок забезпечення індивідуальної образно-пластичної формотворчої виразності. На цьому етапі остаточно вирішувались матеріали і технології виготовлення дизайн-об'єктів, готувалась проектна документація [7].

Але, слід пам'ятати, що методика художнього конструювання була орієнтована, насамперед на об'єкти промислового дизайну та дизайну середовища, в той час як проблеми графічного дизайну в ній висвітлювались вельми побіжно. В той же час, етап генерування ідей передбачав розуміння дизайнерами конструктивних можливостей, закладених в об'єктах проектування, наявності у проектувальника достатньо високого ступеня ґрунтовних знань щодо специфіки їх функціонування.

Варто розуміти, що зараз, обираючи професію дизайнера, більшість молодих людей сподіваються на отримання легкого та швидкого результату проектної діяльності, на наявність певного осяяння - «інсайту», що з легкістю призводить до отримання високоякісних результатів проектування. Такий погляд частково виправданий класичним визначенням дизайну, що презентує його, як різновид творчої проектно-прогностичної діяльності, пов'язаної з передбаченням та

обґрунтуванням нових властивостей та якостей предметів навколишнього світу, що мають бути виготовлені для реалізації на споживчому ринку. Наведене визначення дизайну, хоча і починається з приємного слова – творчість, насправді виявляється явищем досить специфічним, і призводить до розуміння його складного, швидше за все синтетичного походження, для виявлення якого варто глибше зануритись у визначення дизайну пакувань.

Ведучи мову про дизайн пакувань, варто насамперед прийти до згоди, що саме будемо мати на увазі під цим поняттям. У практиці сьогодення сучасного виробництва під терміном «дизайн пакувань» частіше за все мають на увазі процес зовнішнього декорування, художнього оздоблення вже визначеної технологіями, маркетологами та іншими фахівцями пакувальної конструкції, яку варто лише дещо «прикрасити» кольором, шрифтом та зображенням і при цьому, бажано, ще й зробити не схожою на інші, вже існуючі.

Однак, подібний підхід до дизайну є практикою хибною, і практикою гідною лише вчорашнього, але ніяк не сьогоднішнього, і тим більше не завтрашнього дня. Тому що дизайн в пакувальній галузі, як ніде, є мистецтвом і водночас явищем синтетичним, явищем, яке охоплює, обумовлює та утримує таку сукупність факторів, яка ніяким чином не вкладається в рамки виключно декорування форми. Навпаки, сама форма, і пов'язані з нею матеріали та конструкція, у значній мірі вже є вагомим (і, можливо, найзначнішим) фактором у формуванні зовнішнього цілісного образу майбутнього пакування. І саме у відповідності цілісного образу пакування, яке миттєво оцінює споживач, якості і споживчій вартості товару і полягає секрет успіху або «провалу» пропонованого виробниками дизайну своєї продукції.

Отже, першим кроком підготовки фахівця до діяльності з проектування пакувань має бути накопичення досвіду проектувальника стосовно можливостей формоутворення пакувальних конструкцій і їх подальших трансформувань, залежно від матеріалів і технологій виготовлення. На цьому етапі студенти мають отримати знання щодо розмаїття конструктивно-затворних елементів картонажних пакувань та способів їх розташування на різних площинах, накопичити досвід оперування цими елементами та засвоїти їх залежність від матеріалів. Без накопичення означеного досвіду студенти не матимуть ґрунтового фундаменту для критичної оцінки аналогової продукції та подальших проектних пропозицій. Отже, цей етап має бути передуючим до етапу формулювання проектних проблем, встановленому у класичній методиці дизайн-проектування.

Наступний етап навчального проектування має бути безпосередньо пов'язаний з практикою вирішення проектних завдань. Однак, враховуючи дуже широкий спектр пакувальної продукції, цей крок неможливий без конкретизації товарної групи та визначення її специфічних особливостей. Отже, цим кроком є вивчення аналогів пакувальної продукції та ознайомлення на їх прикладах як з системами художньо-образних засобів, задіяних в процесі втілення пакувальної продукції, так і з властивостями матеріалів та технологіями обробки і виготовлення, які потребують ретельного вивчення і засвоєння, співвідносно до кожного з різновидів пакувальної продукції. На цьому етапі забезпечується критично-аналітичний відбір аналогової продукції та усвідомлення цілісності і взаємозв'язку художньо-образних засобів та матеріалознавчих і технологічних аспектів. Обізнаність щодо властивостей матеріалів і технологій визначають економічну доцільність або недоцільність виготовлення цих самих

об'єктів, а їх аналіз в значній мірі впливає на творчі здібності проектувальника, а відтак і його подальші творчі зусилля, спрямовані на надання об'єктам нових якостей. Вивчення аналогів спонукає замислитись над питаннями «буденних» і «креативних», вирішень, унаочнює переваги несподіваних, нестандартних підходів, здатних привертати та утримувати увагу споживачів.

В навчальному проектуванні наступним кроком, після вивчення аналогів та усвідомлення зв'язків між матеріалами й технологіями виготовлення, є формулювання проектних проблем, відповідно до кожної проектної ситуації. Цей крок не може бути випереджаючим, допоки студент не накопичить достатньої кількості знань щодо властивостей об'єктів проектування та можливостей їх модифікації. Відповідно, запити на творчі зусилля проектувальника в дизайн-діяльності виявляються зовсім не тотожними до омріяних бурхливих оплесків

з приводу будь-якого запропонованого «шедевру». Навпаки, ці запити швидше за все опиняються серед жорстко визначеної системи обмежень, яка графічно представлена на рис. 1. Обмеження передбачають узгодження і організацію взаємодії двох угруповань діалектично – протилежних аспектів. До першого угруповання належать утилітарно – функціональні (такі, що задовольняють практичні життєві потреби) та естетичні якості (такі, що відображують специфічну потребу в прекрасному, гармонійному, художньо облаштованому середовищі). До другого угруповання відносять раціональні якості (обумовлені вже існуючими технологіями та усталеними способами виробництва продукції), протипагу яким складають концептуальні (інноваційні якості об'єктів проектування, що змушують науковців до пошуків і практичного впровадження нових технологічних форм в організації виробництва).



Рис.1. Система обмежень якісних характеристик об'єктів проектування

З наведеного видно, що надалі неможливо вести мову про вільну творчість і спонтанні способи народження дизайн-образів. Натомість доведеться прийняти до розрахунку необхідність попереднього накопичення знань та виділення специфічних чинників, які варто розглянути окремо і детальніше.

Так, раціональні та утилітарно-функціональні якості вступають виступають у дуалістичній протилежності до естетичних та концептуальних якостей в об'єктах проектування та вимагають знаходження консенсусу між ними. Але визначення критеріїв та закономірностей такого впорядкування на основі вище означеної системи діалектично протилежних аспектів не передбачає використання «готових форм» і універсальних «шаблонів» для всіх об'єктів проектування, а вимагає зробити вибір оптимального співвідношення значущості між всіма означеними аспектами та закріпити його у формах конкретного об'єкту проектування.

В свою чергу естетичний аспект дизайн-діяльності займає в системі візуального впорядкування пріоритетну функцію і не може бути усуненим на другорядні позиції серед чинників формоутворення. В такий спосіб, оптимальний вибір завжди здійснюється на засадах інтеграції таких напрямків, як «мистецтво» та «технології», кожен з яких істотно впливає на формування, як міжпредметних підходів у царині самої фахової діяльності, так і на процеси навчання і підготовки до неї.

Саме формулювання проектних проблем дозволяє співвіднести функції пакування в кожній з проектних ситуацій з вже реалізованими пріоритетними якостями і побачити, яких саме якостей: раціональних чи емоційно-образних позбавлені більшість аналогів, а відтак, які саме якості мають бути закладені в майбутніх проектах. Усвідомлення

пріоритетних якостей об'єктів проектування вимагає актуалізації логічних методів і раціонального мислення.

В практиці проектування пакувань означений дуалізм, насамперед, виявляється на етапі генерування ідей і полягає у виборі між вже існуючими та давно апробованими пакувальними конструкціями та інноваційними конструктивними вирішеннями, які здатний запропонувати дизайнер. Тобто вибір, як правило, робиться на користь концептуальних якостей. До речі, концептуальні якості можуть полягати не тільки в оригінальному формоутворенні, а й в доповненні вже існуючих конструкцій новими функціонально-конструктивними елементами.

На цьому етапі можуть поєднуватись як логічно-орієнтовані методи, так і методи, що формують чуттєві компоненти проектного образу. Але і тут сподіватись виключно на осяяння є недоречним. До найбільш поширених методів належать методи матриці ідей та комбінаторно-модульного підбору конструктивних елементів. До методів чуттєвого пошуку можна віднести метод асоціацій, метод мозкового штурму та метод рольових перевтілень. Але варто пам'ятати, що кожна згенерована пропозиція має піддаватись критичному аналізу і співвідноситись з вимогами технологічності і економічності виготовлення. Найбільшою небезпекою цього етапу є схильність проектувальника оперувати вже існуючими стандартними конструктивними вирішеннями, без внесення до них будь-яких змін. З цього приводу варто пам'ятати, що нехтуючи інноваційністю та цілісністю дизайн-образу, втрачається більше ніж 50% його привабливості, втрачається миттєва інформативність товару, закладена ще на асоціативному рівні. Втрачається частка надії, що вибір на полицях крамниць та супермаркетів буде зроблено саме на

користь проєктованого товару. В той же час, за підрахунками фахівців, на українському ринку щорічно з'являються 10–15 нових або оновлених пакувань [4]. Їх оригінальне формоутворення – не обов'язково зовсім нова і досі не використана конструкція, або новітні затвори і, як наслідок, штампи до них. Найчастіше це просто доречно пропорційовані, вдало доповнені, або просто скомбіновані вже існуючі різновиди конструктивних типів. Тому, прогнозуючи формотворення майбутніх пакувань дизайнер свідомо або підсвідомо користується знаннями, накопиченими на першому етапі, що дозволяє значно урізноманітнити спектр наявних конструктивних вирішень та в подальшому підпорядковувати конструктивному вирішенню інші елементи інформаційно-комунікативного коду.

Отже, етап генерування ідей має сприяти формуванню у студентів навичок варіативного вирішення сутності проєктних проблем та пов'язаних з ними завдань; здатності шукати альтернативи, найбільш відповідні формам та функціональному призначенню об'єкта проєктування; пропонувати різні способи візуального представлення інформації на пакуваннях, підпорядковувати їх кількості і властивостям елементів кожної з систем кодування.

Наступним важливим етапом є формування варіативних проєктних пропозицій. Суттєвою вимогою цього етапу є утворення цілісного образу пакувань з забезпеченням зв'язку вже визначеної форми з характером графіки, що є остаточно обумовленою складом і якістю товару, і, в свою чергу, вирізняє його серед розмаїття інших. Ведучи мову про графіку на пакувальних конструкціях, слід пам'ятати, що під цим терміном розуміємо 4 принципово відмінні способи кодування інформації – від застосування

фото реалістичних або стилізованих зображень до знакових зображень, технічної графіки та рекламних чи утилітарних шрифтових композицій. Завдання проєктувальника не тільки обрати, але й обґрунтувати доречність використання того чи іншого способу кодування інформації, або сукупності таких способів, що в свою чергу потребують гармонізації та узгодження означених вище дуалістичних аспектів. На цьому навчальному етапі від студента вимагається забезпечення інтегративної дії всієї сукупності чинників, що впливають на реалізацію ідеї та втілюються у проєктний образ, дотримання пріоритетної якості, або сукупності пріоритетних якостей в об'єктах проєктування.

Варто пам'ятати, що дизайн, як прогностична діяльність є орієнтованим на інтенсифікацію процесів сприйняття та відтворення інформації, за допомогою яких буде втілена мета проєкту, тобто на комплексний пошуковий підхід. Специфічною особливістю такого підходу є використання не стандартизованих, а урізноманітнених форм зображувальної мови, встановлення доречності та необхідності їх застосування у відповідності до мети та способів представлення об'єктів проєктування.

З приводу актуалізації свідомого та обґрунтованого підходу до вирішення проєктних завдань Кучер С.Л. слушно зауважує: «Дизайн – це не просто створення нового зовнішнього вигляду продукту, дизайн – це усвідомлення того, як цей продукт працює» [6, С. 61].

Ведучи мову про вибір та обґрунтування виразних засобів графіки неможливо обійти увагою колір, його асоціативні можливості, миттєве закріплення у свідомості, багату гамму відтінків, чистоту тону, тощо, що роблять його використання незамінним у формуванні індивідуалізованої візії товару.

Всі наведені властивості кольору роблять його одним з чинників збільшення кількості проектних пропозицій і варіативності їх втілення. Отже, етап варіативного втілення проектних пропозицій передбачає приділення особливої уваги варіантам кольорографічного вирішення об'єкту проектування; пошуку оптимальних і ефективних вирішень колористичної гами пакувальної продукції.

Тому цей етап вимагає, з одного боку, подовжених термінів часу на його здійснення, з іншого, має привчити проектувальника до швидкості виконання проектних пропозицій та критичного варіювання засобами образу творення.

На етапі формулювання варіативних проектних пропозицій, оглядаючи композиційне вирішення загального образу пакувань і підпорядковане йому кольорове, зтикаємось з такими поняттями як:

- загальне тло пакування;
- головні та другорядні рекламні елементи;
- інформаційний ряд та його насиченість;
- гармонізація комунікативних елементів пакування у поєднанні з необхідністю акцентування котрогось з них;
- технологічні поліграфічні можливості і, звичайно, їх вартість.

І тут вимальовується цікавий зв'язок: чим більше є опрацьованим фактор формоутворення і його відповідність структурі, функції та бренду товару, тим менше потрібно «ламати голову» над графічним вирішенням, себто воно природньо підпорядковується конструкції, стає максимально інформативним і, водночас, мінімально насиченим другорядними і відволікаючими увагу декоративними елементами – і, як наслідок, більш смаковим і привабливим.

Правило: «Менше графічних елементів – більше варіювання ними» –

один з найвизначніших показників рівня професійної майстерності дизайнерів, який мають опанувати студенти під час навчального проектування.

Але наведена тут залежність між оригінальністю формоутворення та ефективністю комунікативних якостей пакувальної продукції ні в якій мірі не означає, що для кожного з товарів неодмінно потрібно добирати власну індивідуалізовану форму пакувальної конструкції. Це поки що бажаний, але ніяк не обов'язковий чинник.

Стандартні пакувальні конструкції також можуть бути індивідуалізовані за рахунок доповнення і модифікації конструктивно-затворних елементів. І залежить це, як вже було зазначено, від якості товару, його бренду (назви), популярності, від вміння дизайнера створювати та обґрунтовувати графічну концепцію, відповідно до урізноманітнених вимог.

Кожен з визначених та перелічених чинників в свою чергу може бути опрацьований одним, двома або сукупністю графічних засобів.

Але при цьому найвизначнішим був і залишається чинник економічної обґрунтованості застосування тієї чи іншої конструкції і її залежності від вартості власне пакувального матеріалу, а також технологій поліграфічного «доведення».

Безсумнівно, що жодна з найоригінальніших дизайн-ідей не буде втілена у життя до того часу, доки не буде обґрунтований і підрахований економічний ризик її застосування, який існує завжди і залежить від особливостей складу, терміну зберігання та споживчої вартості кожного конкретного товару.

Тому наступним етапом як проектної діяльності, так і підготовки до неї, має бути тестування згенерованих пропозицій. Тут проектувальнику належить засвоїти залежність між товарною групою та

готовністю споживачів реагувати на інноваційні пропозиції товарного ринку. Ще раз зазначу, що за даними маркетингових опитувань, 68% респондентів згодні переплачувати від 10 до 25% вартості товару за якісну та привабливу упаковку для кондитерських виробів та подарункової продукції з подовженим терміном зберігання. Тобто оригінальні пропозиції дизайнерів щодо формоутворення є найбільш доречними для тих різновидів товарів, які функціонально призначені для презентаційно-емоційної сфери застосування, і висвітлюють увагу і турботу споживачів про оточуючих. У той же час ті самі респонденти, при споживанні товарів щоденного вжитку, які купуються для себе, віддають перевагу максимально дешевій (просто прозорій) упаковці, на кшталт відповідних за складом та якістю полімерних плівок [4].

На цьому етапі студенти мають опанувати досвід емпатії і вміння ставити себе на місце споживача, критично оцінюючи власні проектні пропозиції. Тобто етап тестування вимагає пов'язувати загальне функціональне призначення кожного з продуктів з вузькою тематичною орієнтацією його бренду. Тут проектувальник знову повертається до визначення проектних проблем. Наявність значної кількості якостей, втілених в об'єктах проектування і обумовлених впливом різноспрямованих чинників, спонукає до критичного визначення значущості і пріоритетності кожної з них, встановлення відповідності до певного з продуктів проектування або їх угруповання. Необхідність встановлення пріоритетності у сукупній взаємодії визначених якостей унеможливорює забезпечення спільних підходів до всієї продукції, й вимагає їх поглибленого вивчення та встановлення певних типів і рівнів структурної організації.

Отже, на цьому етапі відбувається практичне усвідомлення наведеного на початку дослідження дизайнерського алгоритму; *функція – конструкція – концепція – образ*. І необхідно відзначити, що професійні, концептуально обґрунтовані дизайн-пропозиції якраз і дозволяють знайти «золоту середину» у політиці ціноутворення товарів. Застосовуючи індивідуалізовану конструкцію, зменшуємо витрати на поліграфію, кількість кольорів, фарб, прогонів та ін. Застосовуючи стандартні конструктивні вирішення, – маємо шляхи і резерви використання новітніх, більш сучасних технологій та матеріалів, але і в тому, і в іншому випадках планується прибуток у вигляді числа зростання прихильників проекрованої продукції.

Висновки. В такий спосіб підготовка до виконання дизайн-проектів пакувальної продукції передбачає наявність шести етапів, а саме:

- накопичення досвіду проектувальника стосовно можливостей формоутворення пакувальних конструкцій і їх подальших трансформувальних, залежно від матеріалів і технологій виготовлення;
- вивчення аналогів пакувальної продукції;
- формулювання проектних проблем, відповідно до кожної проектною ситуації;
- генерування ідей;
- формування варіативних проектних пропозицій;
- тестування згенерованих пропозицій та вибір найбільш оптимального рішення.

Практика реалізації наведених етапів вимагає: формування базових знань, розвитку спостереження, навичок аналізу, керування процесами видозмін та навичками точного технічного відтворення означених видозмін за допомогою широкої гами зображувальних засобів, емпатії та навичок обґрунтованого вибору. Варто

відмітити, що дизайн-образи утворені в свідомості проектувальника завжди є багат шаровими, як генетично, так і функціонально, що дозволяє особистості немов би переміщуватися у світ символічних значень, свідомо оперувати знаками, символами, словами. В інформаційному відношенні саме образи утворюють найбільш місткі форми репрезентації оточуючої дійсності. Це положення є підтвердженням того, що в процесі професійного навчання є потреба

поєднувати методи, що формують чуттєві і логічні компоненти проектного образу.

Наведені у статті тренувальні етапи є запорукою якості опанування проектувальником досвіду проектної діяльності в дизайні пакувальної продукції, що дозволить йому впевнено почувати себе в реальних умовах товарного ринку та генерувати пропозиції, відповідні вимогам часу та соціокультурним запитам населення.

Література

1. Божко Т.О. Методичні основи вдосконалення проектування продукції графічного дизайну: дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07. Київ, 2011. 185 с.
2. Ivanova A.A. Design Thinking as a New Approach in Education. Вісник Харківської державної академії дизайну та мистецтв. 2017. № 3. С. 33–39.
3. Говорун А.В. Необхідність впровадження технології дизайн мислення як складової професійної мистецької освіти *Дизайн-освіта 2017: матеріали IX міжнародного форуму (9-12 жовтня 2017 року)*. Харків: ХДАДМ, 2017. С. 33–35.
4. Кривошей В.М. Упаковка в нашому житті. Київ: ІАЦ «Упаковка», 2001. 160 с.
5. Кузнецова В.М. Дизайн-мислення як інноваційна технологія у контексті вищої мистецької освіти. *Дизайн-освіта 2017: матеріали IX міжнародного форуму (9-12 жовтня 2017 року)*. Харків: ХДАДМ, 2017. С. 53–57.
6. Кучер С.Л. Використання методології дизайн-мислення при виконанні творчих проектів майбутніми вчителями технологій. *Дизайн-освіта 2017: матеріали IX міжнародного форуму (9-12 жовтня 2017 року)*. Харків: ХДАДМ, 2017. С. 60–62.
7. Соловьев Ю.Б., Сидоренко В.Ф., Кузьмичев Л.А. и др. Методика художественного конструирования; под ред. Ю.Б. Соловьева. 2-е изд. М.: ВНИИТЭ, 1983. 166 с.
8. Пильнік Р.О. Розвиток дизайнерського мислення в образотворчій діяльності. Вісник ХДАДМ. 2007. № 6. С. 111–116.

References

1. Bozhko T.O. (2011) *Metodychni osnovy vdoskonalennia proektuvannia produktsii hrafichnoho dyzainu*: [Methodical foundations of the graphical design production project perfection] Candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
2. Ivanova A. (2017). Design Thinking as a New Approach in Education. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu ta mystetstv – Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts*. 3, 33–39. [in English]
3. Hovoryn A. (2017). Neobkhdnist vprovadzhennia tekhnolohii dyzain myslennia yak skladovoi profesiinoi mystetskoï osvity [The need for the introduction of thinking design technology as a component of professional artistic education]. *Design Education 2017: IX mizhnarodnyi forum (9-12 zhovtnia 2017 roku)*. – IX International Forum. (pp. 33-35). Kharkiv: KSADA [in Ukrainian].
4. Kryvoshey V. (2001). *Upakovka v nashomu zhytti* [Packing in our lives]. Kyiv [in Ukrainian].
5. Kyznetzova V.M. (2017) *Dyzain-myslennia yak innovatsiina tekhnolohiia u konteksti vyshchoi mystetskoï osvity* [Design thinking as an innovative technology in the context of higher artistic education] *Design Education 2017: IX mizhnarodnyi forum (9–12 zhovtnia 2017 roku)*. – IX International Forum. Kharkiv: KSADA, 53–57 [in Ukrainian].
6. Kytcher S.L. (2017). *Vykorystannia metodolohii dyzain-myslennia pry vykonanni tvorchykh proektiv maibutnimy vchyteliamy tekhnolohii* [Using the methodology of design thinking when performing creative projects by future technology teachers]. *Design Education 2017: IX mizhnarodnyi forum (9-12 zhovtnia 2017*

roku). – IX International Forum. Kharkiv: KSADA. 60–62 [in Ukrainian].

7. Soloviev Y.B., Sydorenko V. F., Kuzmichev L.A. at al; edited by Soloviev Y.B. (1983). *Metodika khudozhestvennogo konstruirovaniya* [Methodology for the artistic design]. Moscow: All-Union Scientific Research Institute of Technical Aesthetics [in Russian].

8. Pylnik R.O. (2007) Rozvytok dyzainerskoho myslennia v obrazotvorchii diialnosti [Development of design thinking in visual activities] *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu ta mystetstv – Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts*. 6, 111–116. [in Ukrainian]

УЧЕБНЫЕ АЛГОРИТМЫ ДИЗАЙНА УПАКОВОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

БОЖКО Т.А.

Київський національний університет культури і мистецтв

Цель статьи рассмотреть и выделить алгоритмы учебного процесса по подготовке будущих специалистов к дизайну упаковочной продукции. Для этого детально рассматриваются и выделяются этапы учебной деятельности, являющиеся подготовительными к самостоятельному выполнению проектов упаковочной продукции.

Методика исследования предполагает использование метода системно-сравнительного анализа и сопоставление алгоритмов профессионального и учебного проектирования.

Результаты. В статье доказана несостоятельность ожиданий студенчества на инсайт в постановке и решении проектных заданий в реальном процессе дизайн-проектирования. Указано на необходимость сознательного и целенаправленного формирования представлений о синтетическом и интегрированном характере дизайн-деятельности. В статье сформулировано и выделено 6 этапов учебной деятельности, а именно: накопление опыта проектировщика относительно возможностей формообразования упаковочных конструкций и их дальнейших трансформаций в зависимости от материалов и технологий изготовления; изучение аналогов упаковочной продукции; формулировка проектных проблем, соответственно к каждой из проектных ситуаций; генерирование идей; формирование вариативных проектных предложений; тестирование сгенерированных предложений и выбор наиболее оптимального решения.

Научная новизна работы состоит в выделении отличительных этапов учебного проектирования и раскрытии тех существенных противоречий, с

LEARNING ALGORITHMS FOR PACKAGING DESIGN

BOZHKO T.A.

Kyiv National University of Culture and Arts

The purpose of the paper is to consider and select the learning activities algorithms for the process of training the design of packaging products proficiently. The article gives a detailed review of the preparatory stages of learning activities for the independent implementation of packaging products projects.

The methodology of the research implies using the method of system-comparative analysis and method of comparison of algorithms for professional design and learning design activities.

The findings. The article proves the irrelevance between students' expectations for insight in setting and solving project tasks. The article determines the necessity for the conscious impression of synthetic and integrated nature of design operation. The article formulates and allocates 6 stages of learning activity, namely: accumulation of experience of the designer in relation to the possibilities of forming the packaging structures and their further transformation, depending on the materials and manufacturing technologies; studying of analogues of packaging products; design problems formulation, according to each project situation; the generation of ideas; the formation of variational project proposals; testing generated offers and choosing the most optimal solution.

The originality of the work is to establish the distinct stages of educational designing and to reveal the essential encountered contradictions that should be solved by the

которыми приходится сталкиваться, и которые необходимо решить проектировщику в процессе освоения навыков дизайна упаковочной продукции.

Практическая значимость исследования состоит в его влиянии на процесс подготовки дизайнеров-графиков с удержанием следующих компонентов: формирования базовых знаний; развития наблюдательности; навыков анализа; навыков креативного мышления и генерирования идей; управления процессами изменений с навыками их точного технического воплощения с помощью широкой гамы изобразительных средств; эмпатии и навыков обоснованного выбора проектных предложений.

Ключові слова: дизайн пакувальної продукції; алгоритми навчального проектування, етапи проектної діяльності.

designer in the process of mastering the design skills of the packaging products.

The practical value of the research is its influence on the process of training graphic designer. This process includes following components: the formation of basic knowledge; development of observation; analysis skills; creative thinking skills and ideas generation; process management modification and the skills of accurate technical reproduction of the specified modification using a wide range of image tools; empathy and skills of reasonable selection of project proposals.

Key words: *packaging product design, learning design algorithms, stages of the project activity.*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРА:

Божко Тетяна Олександрівна, канд. мистецтвознавства, доцент, доцент кафедри графічного дизайну, Київський національний університет культури і мистецтв, **e-mail:** bozfhko_to@ukr.net

Цитування за ДСТУ: Божко Т.О. Навчальні алгоритми дизайну пакувальної продукції. Art and design. 2018. №3. С. 54-64.

Citation APA: Bozhko, T.A. (2018) Learning algorithms for packaging design. *Art and design*. 3. 54-64.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2018.3.5>.