

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН КАК СРЕДСТВО ДОНЕСЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ ОБ ЭКОПРОДУКТЕ ДО ПОТРЕБИТЕЛЯ

Аннотация. Статья обращает внимание на проблемы недостаточной экологической информативности упаковки для экопродукта: отсутствие сведений о самом экопродукте, а также правильном использовании и утилизации упаковки. Эти проблемы являются актуальными на сегодняшний день. В статье рассматривается проблема обмана потребителей производителями, которые создают некачественные упаковки для экопродуктов, а также предложено решение данной проблемы: использование средств графического дизайна для предоставления достоверной экологической информации на упаковочном материале, чтобы потребителю было понятно, что перед ним качественный экологичный продукт, а не подделка. Использование особенностей подачи экологической информации средствами графического дизайна и социальной рекламы поможет производителю качественно и эффективно подавать свой продукт на рынке, а потребителю удачно взаимодействовать с экологическим объектом.

Ключевые слова: экоупаковка, экомаркировка, графический дизайн, утилизация, информативность.

Annotation. This article is devoted to the lack of customers' awareness about environmental friendliness and quality of the eco product package, its proper recycling and usage. The article deals with the problem of providing an inadequate information to a customer by a manufacturer who creates eco products' packages of a poor quality. For example, unmarked wrapping without recommendations of using and recycling. Author suggests

Мальчихина Л.А.

the solution in solving such issues by offering all the necessary information on the wrapping material using instruments of the graphic design. This solution will help customers to define a quality eco product from a fake one.

Key words: eco package, eco-labeling, graphic design, recycling, informativity

Цель работы: доказать, что графический дизайн является эффективным средством в решении проблемы недостаточной информативности упаковки, которое поможет разобраться потребителю в свойствах и качестве экопродукта.

Описание ситуации: тема особенности подачи экологической информации средствами дизайна и социальной рекламы является актуальной на сегодняшний день. В работах Т.Ю Быстровой, Н.Ф Винокурова., В.В Трушина., А Уварова и других теоретиков экодизайна акцентируется внимание на потребности разграничения качественного дизайна экоупаковки от фальшивого, не соответствующего стандартам, потребности практического создания графического объекта, экологически приемлемого в потреблении и утилизации, что будет формировать экологическое поведение потребителя. По мнению исследователей, наиболее востребовано направление экодизайна для натуральных продуктов, не содержащих искусственных добавок, консервантов. Принцип экодизайна применяется и к материалу упаковки, которая должна быть пригодна для вторичной переработки, или упаковка должна быть из натуральных природных материалов. Особенное внимание должно уделяться информации о потребленных ресурсах и безопасности использования товара.

Действительно, в наше время люди часто не уверены, является ли продукт достаточно качественным и экологичным, хотя реклама уверяет в том, что это так: яркая упаковка продукта переполнена графически, но создана не из экологичных материалов, и на ней отсутствует маркировка. Получается, что потребителя попросту обманывают. На упаковке продукта часто бывает пропущена такая важная информация, как:

- инструкция по использованию продукта;
- советы по утилизации продукта;
- информация о производстве;

- экомаркировка.

Экология подразумевает экологичность во всем. Если мы представляем продукт экологичный, следовательно, упаковка должна соответствовать следующим требованиям:

- изготовление упаковки из материалов, которые могут разлагаться в окружающей среде;
- использование натуральных красителей;
- возможность вторичного использования упаковки;
- мало затратность потребляемой энергии для создания данной упаковки;
- отсутствие в составе вредных химических веществ, которые отравляют окружающую среду;
- использование легко возобновляемых ресурсов для минимализации вреда природе.

Рассмотрим несколько примеров экоупаковок, сравним их. Примером неудачного дизайна может послужить упаковка для специй от украинского производителя «Экотехника» (рис.1).



Рис. 1. Упаковка для специй украинского производителя «Экотехника»

По сравнению с ней более удачным, на наш взгляд, является экодизайн упаковки производителя Gulabs индийских специй (рис.2).



Рис.2. Индийские специи. Дизайн: Impprintz Graphic Design Studio. Заказчики: Gulabs

Мы видим, что эти две экоупаковки разительно отличаются друг от друга.

Одна более яркая и выразительная за счет контрастов, но в ней слишком много черного цвета, что не вызывает ассоциаций с экологичностью. Вторая упаковка более натуральная по виду: покупатель сразу видит, что она сделана из крафт картона, цвета упаковки натуральные, экологичные. Кроме того мы видим на лицевой стороне второй упаковки не только картинку, но и информацию про специю, на первой она написана сзади, что не очень удобно для потребителя.

Также рассмотрим экоупаковки молочных производителей. Ohmybrand (Москва) разработал дизайн упаковки для молочной продукции «Черноземье» (рис.3).



Рис.3. Молочная продукция «Черноземье» в бутылках. Дизайн: агентство Ohmybrand (Москва). Заказчик: компания «Воронежский Чеддер»

На первый взгляд вполне неплохой дизайн. Натуральные цвета приятны глазу. Но смущает один факт: информация на упаковке очень мелко написана. Конечно, логотип компании очень красивый и занимает большую часть места на этикетке упаковки, но информация тоже должна хорошо читаться, что немаловажно для экопродуктов. Это можно увидеть на упаковках продукции козельского молочного завода - дизайн от креативного агенства YellowDog (рис.4).



Рис. 4. Молочная продукция Козельского молочного завода. Дизайн: агенство 43'oz

На представленных упаковках информация читается легко: крупный шрифт, логотип занимает большое место на лицевой части, как и на первом примере. Это оформление более удачно. Немаловажно, когда мы можем взять продукт и, не напрягая глаз, прочитать на экоупаковке информацию, которая нас интересует.

Также можно рассмотреть упаковку мюслей производителя Cornell от дизайнера Lena McCoder (рис.5).



Рис. 5. Диетические мюсли от Cornell. Дизайн: Lena McCoder.

Заказчик: Фруктовница ООО «Морсби»

Упаковка мягкая, приятная, но вот дизайн ее оставляет желать лучшего. На первый взгляд он красивый, яркий, интересный, но когда покупатель подойдет ближе, возможно, растеряется: слишком много неупорядоченной информации, глазу не за что зацепиться.

Дизайн упаковок российской компании Novaproduct (НоваПродукт АГ) производящей диетические, диабетические и обогащенные продукты для здорового питания (рис.6), намного понятнее.



Рис. 6. Диетические мюсли от Bionova. Дизайн: BQB.
Заказчик: Novaproduct НоваПродукт АГ

Казалось бы, дизайн упаковок похож, но в последнем примере информация структурирована, здесь все четко, понятно, потребителю легко будет понять информацию. Этот пример упаковок еще раз показывает, что от того, как подается информация на упаковке, как она написана, зависит и восприятие самого экопродукта. Ведь главное в экоупаковке - чтобы человек понимал, что от него ничего не пытаются утаить, используя мелкий шрифт, и не хотят обмануть его беспорядочной информацией.

Одним из решений малой информированности потребителя является графический дизайн, с его помощью языком инфографики можно показать на упаковке, насколько экологична данная упаковка и продукт, содержащийся в ней, что упаковку можно использовать дважды, а может и трижды в разных целях; как правильно ее утилизировать. Потребитель должен знать не только как правильно пользоваться продуктом, но и как с ним и с его упаковкой поступать после срока службы, чтобы не навредить природе и самому себе, а также видеть маркировку, информирующую об

экологичности и качестве продукта. Это очень важно: быть информированным в такое время, когда везде навешивают ярлыки «экологичный» продукт. Учитывая это, при создании экоупаковки нужно обратить внимание на следующие пункты:

- цветовую гамму;
- подачу информации о товаре;
- восприятие информации посредством инфографики;
- экоматериал (предпочтительно гофрокартон, крафтовый картон/бумага);
- информация: почему «эко»;
- информация об эксплуатации;
- информация по утилизации.

Подведем итоги. Потребитель должен быть информирован средствами графического дизайна об экологичности продукта, об его использовании и утилизации для того, чтобы у него не было сомнений в качестве продукта и он не был обманут недобросовестными производителями, экономящими на своей продукции.

Библиографический список:

1. Винокуров Н.Ф., Трушин В.В. Глобальная экология/ Н.Ф.Винокуров, В.В.Трушин.-Москва:Просвещение,1998.-270с.
2. Уваров А. Экологический дизайн./А.Уваров.-Москва:Совпадение,2010.-192С.
3. Хотунцев Ю.Л. Экология и экологическая безопасность./ Ю.Л.Хотунцев.-Москва:Академия,2004.-480с.
4. Быстрова Т.Ю. Направления и проблемы развития «устойчивого» дизайна [Электронный ресурс]/ cyberleninka.ru. Режим доступа // <http://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-i-problemy-razvitiya-ustoychivogo-dizayna>
5. Быстрова Т.Ю. Эстетический компонент в устойчивом дизайне 2000-х гг [Электронный ресурс]/ cyberleninka.ru. Режим доступа // <http://cyberleninka.ru/article/n/esteticheskiy-komponent-v-ustoychivom-dizayne-2000-h-gg>
6. Vegetarian.Биоразлагаемость - разрушая миф об «экоупаковке» [Электронный ресурс]/ vegetarian.ru. Режим доступа // <http://vegetarian.ru/articles/biorazlagaemost-razrushaya-mif-ob-eko-upakovke.html>
7. Магазин натуральных продуктов И-МНЕ. Правильная упаковка. Какой она должна быть по нашему мнению? [Электронный ресурс]/ moskva.i-mne.com. Режим доступа// <https://moskva.i-mne.com/statya/pravilnaya-upakovka-kakoy-ona-dolzna-byt>

8. Общество защиты прав потребителей. Экологическая маркировка (экомаркировка) [Электронный ресурс]/ ozpp.ru. Режим доступа// <http://ozpp.ru/consumer/useful/article9.html>
9. Техэксперт. Технический регламент «О безопасности упаковки» [Электронный ресурс]/ docs.cntd.ru. Режим доступа// <http://docs.cntd.ru/document/1200057763>

Маркина Е. И.

Тулский государственный университет, г. Тула.
m.lenusia@yandex.ru

ПРЕИМУЩЕСТВА ЭКОЛОГИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ИЗГОТОВЛЕНИИ ДЕТСКОЙ МЕБЕЛИ

Рассмотрены основные материалы и проанализированы основные причины преимущества экологических материалов в детской мебели.

Ключевые слова: экоматериалы, экологическая детская мебель, дизайн.

The basic materials are considered and the main reasons of advantage of ecological materials in children's furniture are analyzed.

Key words: environmental materials, ecological children's furniture, design

Каждый родитель стремится окружить своего ребенка заботой и дать ему самое лучшее, поэтому так важно с осторожностью и вниманием подходить к выбору детской мебели.

Детская – это та комната в доме, где ребенок проводит большинство своего времени: делает уроки, играет, спит. От того, чем обставлена комната зависит не только ее дизайн, но даже здоровье самого ребенка, ведь и материалы, из которых мебель изготавливается, и то, чем она обрабатывается, – все имеет разные свойства и, к сожалению, может также иметь в своем составе вредные вещества.

Маркина Е. И.