

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение

высшего профессионального образования « Уральский
федеральный университет имени первого Президента России Б. Н.
Ельцина»

Культурологический анализ объекта дизайна

(на примере упаковки крема PAYOT Crème №2)

Выполнил : Пискунова Е.

С.

Руководитель : д.ф.н. Быстрова Т.

Ю.

СОДЕРЖАНИЕ

Определения	дизайна	3
Мое	определение	
дизайна		4
Схема		
дизайна		5
Описание		
продукта		6
Анализ	продукта.	«Эстетичность»
		7
Анализ	продукта.	«Целостность»
		8
Анализ	продукта.	«Выразительность»

ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДИЗАЙНА

- **Дизайн** – это творческий метод, процесс и результат художественно-технического проектирования промышленных изделий, их комплексов и систем, ориентированного на достижение наиболее полного соответствия создаваемых объектов и среды в целом возможностям и потребностям человека, как утилитарным, так и эстетическим.
- **Дизайн** – неразрывная взаимообусловленная связь эстетики и технологий, в которой эстетика задает содержание (суть) вещи или процесса, а технологии их форму.

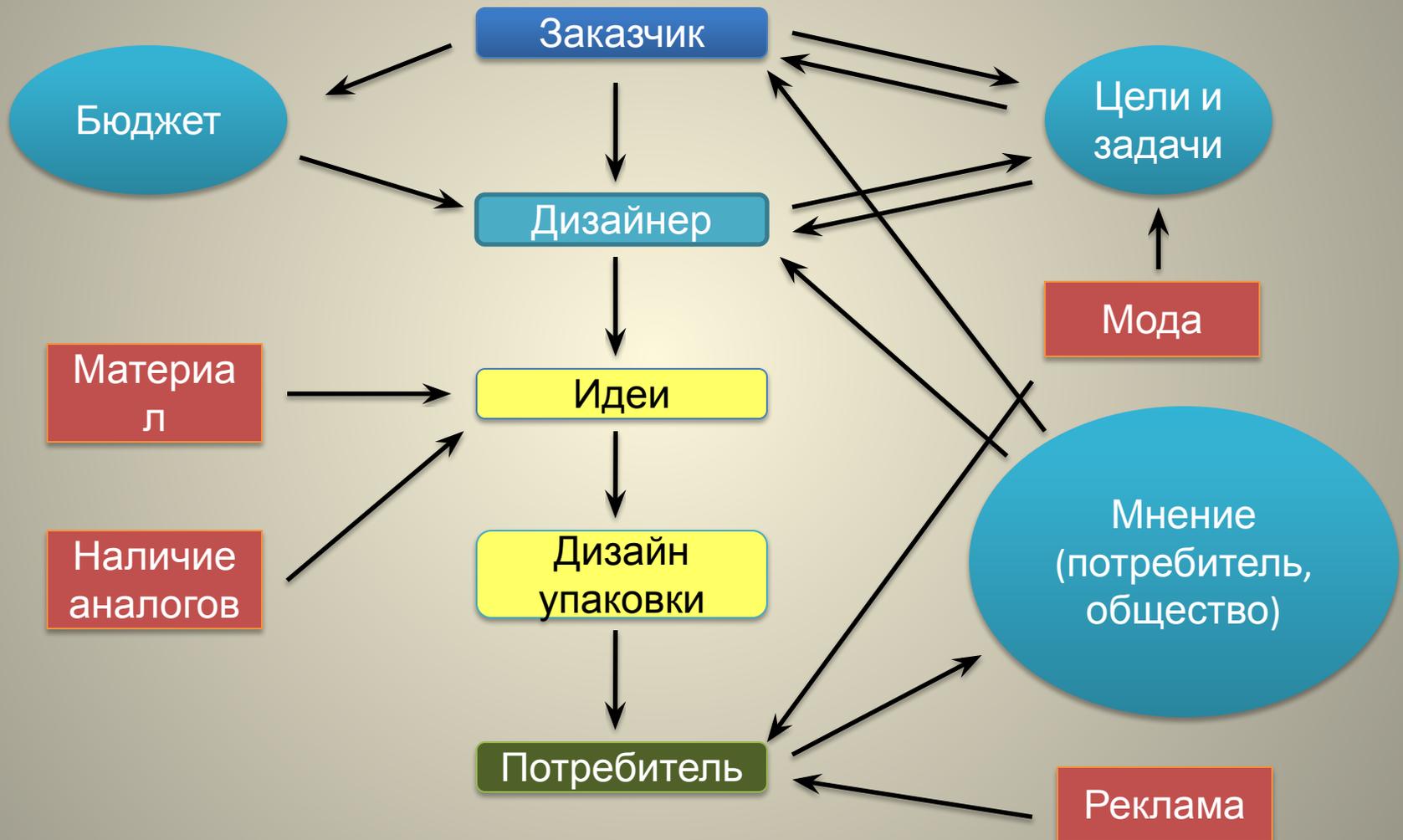
МОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДИЗАЙНА



- **Дизайн** – это творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Стремится охватить все аспекты окружающей человека среды, которая обусловлена промышленным производством.

Екатерина Пискунова.
Студентка 3 курса УРФУ им. Первого президента России Б.Н.Ельцина
Сфера интересов: графический дизайн, реклама, мода.

СХЕМА ДИЗАЙНА



ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА

История бренда PAYOT начинается с имени Нади Пайо (1887-1966) - врача и косметолога. Талантливая женщина родилась в Одессе и одной из первых открыла в Европе институт красоты. Салон был изысканно украшен вазами с пурпурными орхидеями. Этот цветок стал своеобразным символом компании. В 1937 г. Доктор открыла еще 4 салона в Монет Карло и в Биаритце. Все творения Нади Пайо были совершенными империями красоты и гармонии, и пользовались огромной популярностью и любовью элиты. Один из легендарных продуктов марки - Crème №2. Он носит такое название просто потому, что это второй продукт, созданный самой доктором Пайо на собственной кухне, переделанной под лабораторию.

Вид упаковки был разработан Домиником Дерва. Упаковка элегантна, выразительна и сдержана, выполнена в белом цвете, акцентирует внимание на название бренда.



КРИТЕРИИ ДИЗАЙНА И ОЦЕНКА ПРОДУКТА ПО НИМ В БАЛЛАХ

ЭСТЕТИЧНОСТЬ

Эстетичность определяют как синоним слов «изящный», «красивый», «выразительный». Упаковка крема для лица RAYOT Crème №2 имеет пропорции отдаленно напоминающие квадрат, но без острых углов. Плавные округлые линии вносят нотку изящности. Отсутствие декоративных узоров на упаковке акцентирует внимание на названии бренда. Минималистичность стиля приятна глазу.

Дизайн упаковки данного товара по критерию эстетичность получает оценку в **9 баллов**.

КРИТЕРИИ ДИЗАЙНА И ОЦЕНКА ПРОДУКТА ПО НИМ В БАЛЛАХ

ЦЕЛОСТНОСТЬ

Целостность в словаре **б** Ожегова определяется как обладание внутренним единством, лишенность раздвоенности. Дизайн упаковки крема РАУОТ Crème № 2 выполнен в белом цвете, с прозрачным основанием баночки.

Упаковка смотрится гармонично, изысканно, нежно и создает впечатление легкости и невесомости.

Дизайн упаковки данного товара по критерию «целостность» получает **10 баллов**.

КРИТЕРИИ ДИЗАЙНА И ОЦЕНКА ПРОДУКТА ПО НИМ В БАЛЛАХ

ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТЬ

В словаре Ожегова «выразительный» определяется как хорошо выражающий что-нибудь, яркий по своим свойствам, внешнему виду. Дизайн упаковки крема РАУОТ Crème №2 выполнен в белых, естественных цветах. Элементом украшающим упаковку является надпись, которая притягивает все внимание на себя. Светлые тона и элементы дизайна настраивают нас на то что и само содержание упаковки (крема для лица) содержит натуральные составляющие, не вредящие нашему организму, а заботящееся о нем в силу своих компонентов. Я полагаю что подобная ассоциация является немаловажной при выборе средства по уходу за лицом.

Дизайн упаковки по критерию «выразительность» получил **9 баллов.**

КРИТЕРИИ ДИЗАЙНА И ОЦЕНКА ПРОДУКТА ПО НИМ В БАЛЛАХ

ЭКОЛОГИЧНО СТЬ

Экологичность это немаловажный критерий оценки любого продукта. В современном мире, где выбросы вредных веществ в атмосферу и уровень загрязнения продуктами отходов увеличивается с каждым днем, очень важно что бы упаковка товара была экологичной. Т.е. необходимо что бы в процессе производства, использования и утилизации продукта не наносился вред окружающей среде. Продукция фирмы РАУОТ является полностью экологически чистой, т.е. продукт, упаковка и процесс производства не вредны для здоровья людей и для окружающей среды. Это подтверждает Золотой медаль и диплом ООН за экологическую чистоту и качество продукции (1989).

Упаковка не обладает формулой разложения, она лишь может быть вторично переработана. Поэтому этот продукт дизайна получает только **8 баллов** из 10.

КРИТЕРИИ ДИЗАЙНА И ОЦЕНКА ПРОДУКТА ПО НИМ В БАЛЛАХ

- Эстетичность; 9
- Целостность; 10
- Выразительность 9
- ; 8
- Экологичность.

Продукт получает 36 баллов из 40

АНАЛИЗ АНАЛОГОВ

Крем для лица от L'oreal

- Эстетичность (упаковка светлая и гармоничная, имеет удобную форму);
- Целостность (яркий акцент на название бренда, ничего лишнего);
- Выразительность (приятный глазу белый оттенок баночки создает ощущение чистоты и натуральности продукта);
- Экологичность (упаковка не обладает формулой разложения, она лишь может быть переработана вторично) .

8

6

7

6



Продукт получает
27 баллов из 40

АНАЛИЗ АНАЛОГОВ

- **Крем для лица от The Body Shop**

- Эстетичность (форма упаковки очень удобна в использовании); 9

- Целостность (гармоничное сочетание цвета , ничего не выбивается из общего стиля); 9

- Выразительность (этикетка цвета морской волны ассоциируется с природой, что не маловажно в выборе средств по уходу за лицом) ; 8

- Экологичность (упаковки продукции The Body Shop содержат пластик вторичной переработки и обладают органически разлагаемой формулой). 8



Продукт получает
34 баллов из 40

ВЫВОДЫ

В данной презентации был проанализирован крем для лица фирмы РАУОТ. После сравнения его с аналогами, мой выбор остановился именно на этой упаковке. Ее дизайн эстетичен и уравновешен, а так же отражает качества продукта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ожегов С.И. и Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – Москва: Азь Ltd., 1992. – 960 стр.
2. [Электронный ресурс] Режим доступа : <http://www.payot.com/UA/ru/> « Культовая продукция трех поколений».
3. [Электронный ресурс] Режим доступа : <http://www.spa-ueh.ru/brands/history/payot/> «История бренда PAYOT».
4. [Электронный ресурс] Режим доступа : http://beauty.passion.ru/l.php/legendy-kosmetiki_4.htm/ «Красота – PAYOT».

Спасибо за внимание!