

## ГЕОМЕТРИЯ В ДИЗАЙНЕ ПАРФЮМЕРНЫХ ФЛАКОНОВ

студентка гр. 11307115 Лысая О.В.

*Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент Зеленый П.В.*

В докладе анализируется историко-культурная динамика формообразования парфюмерных флаконов, исследуется семиотика дизайна формы, выделяются уровни визуального восприятия геометрии флакона, выявляется специфика восприятия формы флаконов [1].

Семиотика, как наука о знаках, предполагает исследование формы и смыслов, ее порождающих. Первые сосуды для хранения ароматических масел имели простейшую геометрическую форму – сферу или овал. В Древней Греции в округлых арибалах хранили свои масла мужчины, в более вытянутых алабастровах – женщины. В дальнейшем форма флакона следовала традиции Древней Греции. Вариации овалоида и шара (флаконы, ароматницы, помандеры) отличались лишь материалами и способами декорирования [1].

Искусство создания парфюмерных флаконов постепенно выходит из рамок архаического геометризма, овалоидных и шарообразных форм, и развивается в сторону усложнения структуры. Более того, наблюдается чрезмерное увлечение свободой формотворчества, которую предоставляют дизайнеру развивающиеся технологии художественной обработки материалов, что приводит к соревнованию в необычности и новизне. Известные парфюмерные бренды в непрерывном поиске эксклюзивных флаконов вновь и вновь возвращаются к идее геометризма, простоты и лаконичности [1].

Образ флакона создается при помощи простых линий, плоскостей, объемов. Однако, при всей простоте этот лаконизм способен вызывать определенные ощущения. Флакон не становится «сухой геометрической схемой», а порождает эмоции. Эмоциональной окраске подвержено все геометрические, вызывающие устойчивые ощущения, поддающиеся описанию и систематизации [1].

### *Литература:*

1. Кухта М.С. Исследование семиотики формообразования парфюмерного флакона / М.С. Кухта, В.В. Дронов, Е.В. Литвинова (АРМ ТПУ)