

# ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ IR TABAKO GAMINIŲ PAKUOČIŲ PROBLEMA: MARKETINGINIŲ SIEKIŲ, PERSPĖJAMŲJŲ VAIZDŲ APIE PASEKMES VARTOJANT IR MAŽAMEČIŲ VAIKŲ PSICHIKOS APSAUGOS KONFLIKTAS

**Orinta Rasymaitė<sup>1</sup>, dr. Inga Valentinienė<sup>2</sup>**

*Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakultetas, Menų akademija*



**Adresas:** A. Mackevičiaus g. 60, Kaunas  
**E. puslapis:** <https://www.kaunokolegija.lt/muf/>  
**E. paštas:** orinta.ras871@go.kauko.lt  
**Telefono nr.:** +370 67214095  
**Tyrimų kryptis (-ys):** V 003 Dizainas P02

**Tyrimo tikslas.** Ištirti alkoholio gėrimų ir tabako pakuočių dizaino ypatumus ir nustatyti kokie sprendimai būtų tinkami atliepti suinteresuotų grupių interesus: produkto marketinginius siekius, informuojant apie sveikatos pasekmes vartojant alkoholį ar rūkant. Pakuotes pakeisti taip, kad nežalotų mažamečių vaikų psichikos, rasti priemones, mažinančias šių etikečių patrauklumą vaikams.

**Reikšminiai žodžiai:** alkoholiniai gėrimai, tabako gaminiai, pakuotės, pakuočių problema, vaikų psichika, marketingas

**Tyrimo metodai.** Atlikta mokslinės literatūros analizė, reglamentų analizė.

**Rezultatai ir / arba išvados.** Ištyrus keliamus reikalavimus alkoholinių gėrimų ir tabako pakuočių dizainams bei ženklavimui galima teigti, jog ryškūs ir akį traukiantys dizainai kelia vaikų susižavėjimą, kuris nėra jiems naudingas bei reikalingas. Nepažeidžiant gamintojų ir vartotojų interesų yra siekiama mažinti jaunų asmenų susižavėjimą produktų pakuočių dizainais. Problemos sprendimas – esamus dizaino sprendimus pakeisti minimalistiškesniais, mažinti ryškių spalvų kiekį arba naudoti tik blankias, ne taip akį traukiančias spalvas. Vaizduojamus objektus pakeisti tekstu, kuris domintų ir būtų suprantamas tik suaugusiems asmenims. Taip vaikų dėmesys nebūtų atkreipiamas į šių produktų pakuotes ir jų interesas sumažėtų.

**Originalumas ir / arba praktinis reikšmingumas.** Kiekvienoje parduotuvėje galima pamatyti alkoholinių gėrimų bei tabako gaminių, kurių pakuočių dizainai kartais pasitaiko ryškūs ir žaismingi. Kadangi tarp parduotuvių lankytojų įeina ir vaikai – neišvengiamai tokie pakuočių dizainai gali sugundyti mažamečius asmenis. Kyla problema - pakuotės ir jų daroma neigiamą įtaka vaikams. Nors ir mažametis asmuo negali nusipirkti tokių prekių, tačiau margos, šviesios bei ryškios spalvos, gražūs piešinukai ant pakuočių dažniausiai asocijuojasi su skaniais, saldžiais maisto gaminiais, kuriuos tik ir norisi išbandyti bei paragauti.

<sup>1</sup> Orinta Rasymaitė, [orinta.ras871@go.kauko.lt](mailto:orinta.ras871@go.kauko.lt), Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakulteto Menų akademija, Dizaino (grafinio) studijų programos II kurso studentė. Menų sritis, Dizaino kryptis.

<sup>2</sup> Dr. Inga Valentinienė, [inga.valentiniene@go.kauko.lt](mailto:inga.valentiniene@go.kauko.lt) (vadovė). Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakulteto Menų akademija, docentė, Menų sritis, Dizaino kryptis



1 pav. „Neo“ cigarečių pakuočių dizainai, 2020  
Šaltinis: „British American Tobacco“, glo™ HYPER, By Vladyslav Surkov (2020)



2 pav. „Fuerst Wiacek Brewery“ alaus pakuočių dizainas. Aut Mireldy, 2021