

Automobilio pripažinimas neatsiejamas nuo gero dizaino. Kaip jis kuriamas?

Įtakingiausiu ir sėkmingiausiu XX amžiaus automobilių dizaineriu laikomas Giorgetto Giugiaro yra pasakęs, kad „norint sukurti puikų automobilio dizainą, svarbiausia išlaikyti tinkamas proporcijas, o tai visuomet primena matematinį žaidimą.“ Automobilio pasirinkimas taip pat neišvengiamas be skaičiavimų, tačiau ne mažiau svarbu, kaip jis atrodo ir kokį pirmą įspūdį palieka.

Specialistai pripažįsta, kad sėkmingai sujungę tiek stiprų pirmąjį įspūdį, tiek efektyviai veikiančias technologijas ir važiavimo kokybę gamintojai turi gerokai daugiau galimybių visapusiškai pavergti vairuotojų širdis. Pavyzdžiui, Japonijos gamintoja „Mazda“ jau beveik dešimtmetį vadovaujasi būtent tokia filosofija, sujungiančia minėtus elementus ir pradedančia nuo efektingo dizaino, atnešusio ne vieną tarptautinį apdovanojimą.

Neatsiejamas ir nuo žmogaus

Transporto dizaineris Dominykas Budinas teigia, kad renkantis automobilį dizainas tampa svarbus tuomet, kai modelis yra vertinamas kaip asmenybės stiliaus dalis, lyg būtų toks pat aksesuaras kaip laikrodis, batai ar drabužiai.

„Tokių atvejų vairuotojas nori, kad automobilis būtų gražus ir atitiktų jo pasaulėžiūrą. Šiais laikais daug kas automobilį renkasi pagal tai, ar patinka, ir tik vėliau klausia, ar tikrai tokio reikia. Automobilis yra stiliaus dalykas. Neretai žmonės sumoka daugiau ir perka brangesnį konkrečiai žinodami, kad nori tam tikro prekės ženklo modelio“, – pastebi D. Budinas.

Penkerius metus „Lamborghini“ studijoje dirbusi dizainerė Lina Ginkutė-Buzelė sako, kad automobilio išvaizda išties svarbi jį renkantis, ypač neapsisprendusiems ar rinka nesidomintiems žmonėms.

„Kaip meilė iš pirmo žvilgsnio. Tačiau nereikia pamiršti, kad išvaizda daugiausia įtakos daro tik pirmajam įspūdžiui. Kai jau artimiau susipažįsta su automobiliu, įvertina jo technines galimybes bei tinkamumą, supranta, ar išties ta meilė tikra. Visgi pirmas įspūdis yra svarbus, nes kartais pirkėjai nė nenori gilintis į automobilio galimybes būtent dėl to, kad pirmiausia jų netenkina kėbulo dizainas“, – teigia dizainerė.

Kalbėdama apie automobilio išvaizdos vertinimą L. Ginkutė-Buzelė sako, kad viskas priklauso nuo skonio ir patinkančių proporcijų – vieniems labiau patinka aštrios linijos, antriems – apvalesnės, tretiems svarbūs išsiskiriančio dizaino modeliai, ketvirti renkasi konservatyvesnes transporto priemones. Jos teigimu, bendrą įspūdį apie automobilį pirkėjai susikuria vertindami atskiras eksterjero detales – žibintus, grotelių formas, dominuojančias linijas, bendras proporcijas, spalvas.

Automobilio pripažinimas neatsiejamas nuo gero dizaino. Kaip jis kuriamas?

„Žibintai – kaip automobilio akys, gali suteikti modeliui agresyvumo ar neutralumo. Jie taip pat nuo pradžios nubrėžia aiškią kryptį ir neretai atspindi patį automobilio charakterį. Tačiau negalima pamiršti tokių detalių, kaip oro aptakai, ratlankiai, kurie taip pat yra labai svarbūs.

Kėbulo spalva panašiai veikia – išsiskirti nemėgstantys žmonės nesirinks ryškiaspalvių automobilių. Patys gamintojai kartais jau iš anksto būna užprogramavę savo automobilius vieniems ar kitiems pirkėjams. Metų metus evoliucionuojantis vizualinis gamintojo identitetas mezga ryšį su vairuotojais“, – pastebi L. Ginkutė-Buzelė.

Kaip sukurti nesenstantį dizainą?

Dizaino genijumi vadinamas G. Giugiaro geriau nei kas kitas galėtų pasakyti, kaip sukurti sėkmingai parduodamo automobilio išvaizdą. Skaičiuojama, kad per beveik 5 dešimtmečius šio specialisto vadovaujama „Italdesign“ įmonė sukūrė dizainą daugiau nei 100 koncepcijų ir 300 serijinių automobilių, kurių pasaulyje parduota daugiau nei 60 mln. vnt.

Tad kokia yra nesenstančio automobilio dizaino paslaptis? D. Budino nuomone, bandant tai išsiaiškinti, reikia vertinti bendrai automobilių gamintojo veiklą: ar jis laikosi savo identiteto, ar nedaro staigių modelių išvaizdos pokyčių ir išlieka atpažįstamas metai iš metų.

„Prekės ženklo filosofija padaro automobilį nesenstantį. Nesensta tie dizainai, kuriuos net vaikas galėtų nupiešti iš atminties ir jį lengvai atpažintum. Tokie automobiliai iš esmės nesikeičia net kelis dešimtmečius, tik gamintojai įdiegia modernią įrangą ar kitus šiuolaikiškus sprendimus“, – teigia transporto dizaineris.

Tarp jo įvardintų klasikinio dizaino pavyzdžių: „Porsche 911“, BMW E30, „Mini Cooper“, „VW Beetle“, „Fiat 500“, „Mercedes-Benz G-klasė“ ir legendinė „Mazda MX-5“, pasaulyje dar žinoma kaip „Miata“. Šis rodsteris pripažintas ne tik vairavimo entuziastų, bet ir dizaino ekspertų, kurie nuolat jį išskiria automobilių rinkoje.

Pavyzdžiui, 2016 metų „Mazda MX-5“ gavo konkurso „Pasaulio metų automobilis“ apdovanojimą už geriausią dizainą, o po metų šio modelio versija RF už išskirtinį ir novatorišką dizainą laimėjo prestižinį „Red Dot: Best of the Best 2017“ prizą.

Kad šie įvertinimai „Mazda“ gamintojams nėra atsitiktinumas, įrodo naujos kartos „Mazda3“ laimėta karūna 2020 metų „Pasaulio metų automobilio“ geriausio dizaino nominacijoje. Be to, vokiečių rengiamame didžiausiame ir prestižiškiausiame pasaulyje produktų dizaino konkurse „Red Dot“ „Mazda“ automobiliai apdovanojimus laimėjo ne kartą: 2013 metais –

Automobilio pripažinimas neatsiejamas nuo gero dizaino. Kaip jis kuriamas?

„Mazda 6“, 2014-aisiais – „Mazda 3“, 2015 metais kartu su „MX-5“ žiuri įvertino ir „Mazda CX-3“ bei „Mazda 2“. Pastarosios pergalės – prieš dešimtmetį pristatytos novatoriškos „Kodo“ dizaino filosofijos nuopelnas.

Išliekamoji automobilio dizaino vertė

Automobilių dizaineriai nuolat ieško būdų, kaip pavergti vairuotojų širdis, tačiau kartais per didelis noras imtis inovatyvių sprendimų virsta akis badančiomis klaidomis. Kalbėdami apie didžiausius automobilių dizaino nesusipratimus, visi puikiai prisimena „Pontiac Aztec“ ar „Fiat Multipla“. D. Budino teigimu, jeigu kuriant padaryta esminių klaidų, jos iškart atsiliepia išliekamajai vertei.

„Geras pavyzdys yra 1997 m. pasirodęs 996 serijos „Porsche 911“. Palyginti su pirmtaku, jis prarado apvalius priekinius žibintus. Visi gerbėjai buvo nepatenkinti, todėl su kitu 911 modeliu žibintai grįžo. Iki šios dienos 996 serijos modelis yra vienas pigiausių iš senesnių „Porsche 911“. Taigi šis eksperimentas padarė didelės įtakos pačiam modeliui, jo vertei ir parodė, kad tikrieji šio prekės ženklo sekėjai nori esminių dalykų, kuriais pasižymi 911“, – pasakoja D. Budinas.

L. Ginkutės-Buzelės nuomone, išvaizda nėra esminis automobilio išliekamosios vertės veiksnys, tačiau geras dizainas niekada nepablogins jo likutinės vertės, tik gali sustiprinti. Specialistė taip pat atkreipia dėmesį, kad geras dizainas turėtų reikšti ir gerą automobilio techninių aspektų išpildymą, nors taip yra ne visada

Egidijaus Babelio nuotrauka

