УДК 658.512.23

Современные направления дизайна: touch-design

Якимович Е.Б.
Белорусский национальный технический университет

Touch-design (от англ. touch – касаться, трогать) или тактильный дизайн – сравнительно новое направление в современном дизайне. Тактильный дизайн направлен на стимулирование такого чувства человека как осязание. Он формируется под влиянием двух факторов:

- учет потребностей всех групп потребителей, в том числе людей с ограниченными возможностями (слепых и слабовидящих людей);
- развитие “soft touch”–технологий, направленных на создание необычных фактур поверхностей.

Так, компания “Coca-Cola” разработала дизайн жестяных банок «Share a Coke” в Мексике с напечатанными шрифтом Брайля именами для незрячих людей. Подобный проект был осуществлен компанией и в Аргентине для поддержки команды слепых футболистов.

Шведский дизайнер Jageland Hampus реализовал проект тактильного дизайна упаковки для слабовидящих людей продуктов бренда “Alton Brown”, которые упакованы в пакеты, тубусы и баночки, способные вызвать определенные тактильные ощущения благодаря фактурному решению поверхности.

Ведутся активные поиски по разработке мобильных телефонов для незрячих людей: дизайнер Питер Лау создал проект, основная идея которого заключается в способности сенсорного экрана реагировать только на ладонь, а не на подушечки пальцев; концепция дизайнеров Youngseong Kim и Eunsol Yeom из компании “Voim” наоборот заменяет привычный дисплей большой силиконовой панелью с возможностью получения информации в виде шрифта Брайля.

Развитие тактильного дизайна в упаковке связано также с учетом психологический особенностей покупателей, так называемых “silent sales people” – людей, для которых информация, получаемая посредством осязания, имеет первостепенное значение. В тактильном дизайне большее внимание уделяется таким качествам как фактура и текстура поверхности, а цветовое решение отходит на второй план.

Для создания упаковки с высокими тактильными свойствами используются такие особенности печати как тиснение, комбинирование нескольких типов печати (офсетная и трафаретная) и нескольких видов лака для одного изделия. Кроме того, используется имитация фактуры с помощью технических особенностей создания изображения (3-D печать).