

**Мэрилин Делонг**

(Marilyn DeLong) —

PhD, преподаватель теории  
дизайна одежды в Колледже дизайна  
Университета Миннесоты.

**Жуанжуан Ву**

(Juanjuan Wu) — PhD, доцент  
кафедры розничной торговли  
в Колледже дизайна  
Университета Миннесоты.

**Джуён Пак**

(Juyeon Park) — PhD,  
доцент кафедры дизайна  
одежды в Государственном  
университете Колорадо.

# Тактильная реакция и динамика сенсорных преференций

## Введение

Наш мир наводняют созданные нами вещи. Они поглощают нас и зачастую отдаляют друг от друга. Мы забываем, каково это — чувствовать, ощущать и размышлять. Нам нужно заново учиться получать сенсорное наслаждение и ценить эти моменты. Дизайнерский процесс и вещи, которые появляются в итоге, должны вновь приносить нам радость. Это неотъемлемое условие нашего благополучия. Для этого требуется, чтобы и дизайнер, и потребитель более осознанно относились к вещам и их сенсорным свойствам; тогда дизайнерская продукция будет служить не преходящим запросам рынка, а удовлетворению подлинных человеческих потребностей, способствуя развитию экологической грамотности (Fletcher 2008).

Статья впервые  
опубликована  
в журнале

Textile: The Journal  
of Cloth & Culture  
(2012. Vol. 10.1)



Теория медленного дизайна фокусируется на удовлетворении наших долгосрочных потребностей; поэтому разработчики заинтересованы в том, чтобы их продукция как можно больше нравилась пользователям (Fuad-Luke 2002). В отличие от медленного дизайна, быстрый дизайн ориентируется на доминирующее в обществе представление, согласно которому качество жизни напрямую связано с высоким уровнем потребления. Концепция быстрого дизайна подразумевает, что вещи эфемерны, а их производство обусловлено процессом экономического развития; считается, что вещи должны служить человеку лишь здесь и сейчас; они живут недолго, и поэтому нам кажется, что мир очень быстро меняется. Приверженцы медленного дизайна создают продукт с расчетом на длительный срок службы, в течение которого вещь должна удовлетворять потребностям покупателя. Медленный дизайн становится все популярнее, поскольку люди во всем мире постепенно сознают необходимость более разумного отношения к истощающимся природным ресурсам.

Работа дизайнера все чаще рассматривается в рамках новой концепции, которая с самого начала принимает во внимание сенсорный опыт пользователя (Street & Lewis 2001) и подходит к нему комплексно, с учетом его связи с разными системами отношений (Thackara 2006). Сенсорные предпочтения играют решающую роль в медленном дизайне: от них зависит, будет ли вещь доставлять пользователю удовольствие не только в момент покупки, но и в процессе дальнейшего использования. Медленный дизайн предполагает внимательное изучение причин, побуждающих потребителей делать тот, а не иной выбор, а также понимание, каким именно образом вещи нравятся человеку. Если дизайнеры стремятся создавать продукты, доставляющие сенсорное удовольствие потребителям, им следует пристальнее следить за изменением собственных сенсорных и тактильных предпочтений.

Исследовательских работ, уделяющих внимание тактильным реакциям и влиянию сенсорной осознанности на творческие и представительские стратегии дизайнеров (Katz 1989), немного. Пинк полагает, что в XXI веке дизайнеру недостаточно просто заботиться о функциональности своего продукта; важно также обращать внимание на его сенсорные и эмоциональные качества (Pink 2006). Для этого дизайнеру требуются знания о сенсорной специфике цвета, текстуры, силуэтов и форм, а также умение соотносить эту информацию с пониманием эмоционального и культурного опыта пользователя.

Настоящая статья посвящена природе сенсорных предпочтений и изменению тактильных симпатий и антипатий. В качестве

информантов выступали будущие профессиональные дизайнеры. Представляется, что такое исследование поможет им получить некоторые базовые представления о связи сенсорных предпочтений с оптимальным дизайном. **Продолжение и иллюстрации в печатной версии.**