

Босых И.Б.

*Уральский государственный архитектурно-художественный университет,
г. Екатеринбург
boshbi@mail.ru*

ДИЗАЙН – ФОРМИРУЮЩИЙ КУЛЬТУРУ ПОЗИТИВНОГО ОТНОШЕНИЯ К СТАРОСТИ

This article discusses packaging design, in terms of creating a culture of positive attitudes towards old age. The article will be of interest to specialists in the field of design and education.

Актуальность. Во всем мире наблюдается увеличение продолжительности жизни, как в европейских странах, так и в России. К 2030 году население в возрасте старше 60-ти лет в Европейских странах может составить более одной трети населения.

Существуют различные культурные традиции отношения к старости. Социальный статус каждой возрастной группы и ее влияние в обществе тесно связаны с экономической продуктивностью этой группы. В аграрных обществах пожилые люди имеют высокий статус, высоко ценятся их жизненный опыт и знания. В обществах с высоким уровнем индустриализации и урбанизации статус пожилых людей заметно понижен, а в некоторых случаях встречается негативное отношение к старым людям. Пожилые люди часто испытывают состояние ненужности, вызванные как психофизиологическими изменениями, так и социальными трансформациями, связанными с выходом на пенсию, утратой привычного социального статуса, материально-экономическими ограничениями. В нашей стране статус пенсионера остается низким и зависимым [1].

Парадокс современного стереотипа пожилого человека заключается в том, что его считают достаточно старым, чтобы прекратить активную трудовую и социальную деятель-

ность, но в то же время достаточно молодым, чтобы все свои проблемы решать самостоятельно. В связи с этим пожилые люди вынуждены полагаться на собственные накопления, помощь детей, общества и государственные программы.

Проблема. В данной статье будет рассмотрена проблема дизайна для пожилых людей. В современном российском обществе и, следовательно, в маркетинговых стратегиях компаний существуют дизайн-штампы. Их продукция в основном ориентирована на молодежную аудиторию, что устанавливает для пожилых людей фиксированное потребление. Подобные дизайн-штампы можно наблюдать в различных сферах дизайна, например, в дизайне одежды, промышленных изделий или дизайне газет.

Цель статьи рассмотреть проблему отсутствия удобного дизайна упаковки для всех. Упаковки стали частью нашей жизни, поэтому они нуждаются в удобных дизайнерских решениях. Ни один производитель не задается целью выпустить упаковку, неудобную для пожилых людей, и ни один дизайнер не будет специально подбирать нечитаемые шрифты и цветовые сочетания. Как правило, на стадии составления брифа о пожилых людях просто не вспоминают как о потенциальном потребителе. А между тем, простые действия, такие как «открыть/закрыть», можно рассматривать, как результат одного неправильного подхода к стратегии проектирования упаковки, которая ограничивает потребителя в самостоятельности и дискриминирует его по возрасту.

Часто преклонный возраст отождествляется с особым дизайном, который может иметь дискриминационный характер. Хороший дизайн, это когда продукт демонстративно не указывает на пользователей с ограниченными возможностями. Современное общество нуждается в товарах, которые охватывали бы более широкий круг пользователей, только так можно предотвратить дискриминацию по возрасту и своего рода клеймение слабых.

В создавшихся условиях особенно значимым становится применение принципов универсального дизайна, которые были сформулированы при помощи экспертов в государственном университете Северной Каролины в США,

их можно найти на сайте этого университета [2]. Термин «универсальный дизайн» применяется к человеку в целом, в качестве целевой группы, он не зависит от возраста, пола и способностей. Дизайнеры, которые придерживаются принципов универсального дизайна, предлагают не делить и не сравнивать людей по здоровью и возрасту, что может сделать старый человек, то может и молодой, в этом случае выиграют все потребители. На сегодняшний день концепция этого дизайна успешно реализуется в некоторых наиболее передовых странах, которыми являются: Япония, США, Норвегия и Швеция.

В России достаточно много пожилых, которые живут одни и рассчитывают только на свои силы. У них часто возникают проблемы при пользовании продуктовыми упаковками. Чтобы открыть или закрыть упаковку используются подручные материалы, такие как нож, ножницы. Не все упаковки имеют удобную форму с точки зрения эргономики. Например, невозможно открыть консервную банку одной рукой, у новой бутылки с растительным маслом при ее открывании может оторваться колечко. Проблемы начинаются в торговом зале: сложно прочитать мелкий текст на упаковке, белый шрифт на темном фоне. На некоторых молочных пакетах дату наносят тиснением, поэтому, даже в очках ее с трудом можно прочитать.

Есть информация о товаре, которую пожилые граждане хотели бы видеть на упаковке в первую очередь, она должна быть написана крупным разборчивым шрифтом – это наименование продукта (молоко, кефир и т.п.), жирность, вес, объем, дата, срок годности. Основные надписи на упаковке должны быть выпуклыми. Обязательно цветовое кодирование упаковок, пожилые привыкают к определенной марке и ориентируются по цвету, уже не читая «кефир» это или «молоко», смотрят только дату изготовления.

Упаковка не должна восприниматься, как источник проблем, она должна интуитивно удовлетворять нужды всех людей. Потребитель не обязан читать и выполнять инструкции производителя, как пользоваться упаковкой. Результат проектирования не должен быть специально нацелен на по-

жилых людей или инвалидов, он должен улучшать качество жизни всего населения.

Вывод. Демографические изменения должны послужить отправной точкой для проектирования удобных вещей для всех возрастов. Использование принципов универсального дизайна поможет сгладить возрастные противоречия в обществе и будет способствовать формированию культуры позитивного отношения к старости.

Библиографический список:

1. Психология старости и старения: Хрестоматия: Учеб. пособие. / О. В. Краснова, А. Г. Лидере. — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 416 с.
2. The principles of universal design [Электронный ресурс] / Сайт: NC State University. www.ncsu.edu 2000 – 2016. – URL: https://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_udprincipletext.htm (01.02.2016).

Булатова А.В.

*Уральский федеральный университет,
г. Екатеринбург
stasy-by@mail.ru*

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ВЫЗОВ И ФИЛОСОФИЯ ТРАНСГУМАНИЗМА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

The article considers the environmental challenge and possible ways of its resolution within contemporary culture.

Экологические проблемы современной цивилизации вытекают из нескольких истоков. Первый из них сформировался внутри христианской культуры, выстраивающей иерархию