

Человек и культура

Правильная ссылка на статью:

Панкратова А.В. Цветовая трансформация как способ ухода от трансгуманизма дизайн-среды // Человек и культура. 2024. № 6. DOI: 10.25136/2409-8744.2024.6.72642 EDN: XAPOKI URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72642

Цветовая трансформация как способ ухода от трансгуманизма дизайн-среды

Панкратова Александра Владимировна

кандидат философских наук

доцент, заведующий кафедрой дизайна, Национальный исследовательский университет
«Московский энергетический институт»

111250, Россия, Московская область, г. Москва, ул. Красноказарменная, 13 С, каб. 605

✉ sashaoscar@mail.ru



[Статья из рубрики "Архитектура и дизайн"](#)

DOI:

10.25136/2409-8744.2024.6.72642

EDN:

XAPOKI

Дата направления статьи в редакцию:

09-12-2024

Дата публикации:

19-12-2024

Аннотация: Объектом исследования является современный дизайн. Предметом исследования является цветовое содержание современной дизайн-среды как отражение вектора трансгуманизма в современном дизайне. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00407, <https://rscf.ru/project/22-18-00407/> Актуальность исследования детерминирована рядом факторов. Во-первых, современная дизайн-среда наиболее явственно отражает процессы, происходящие в современной культуре, связанные с вектором трансгуманизма. Во-вторых, дизайн является тем практическим полем, которое позволяет экспериментировать с возможностями изменения данного вектора. Цель исследования – показать, что современная дизайн-среда приобрела черты трансгуманизма, то есть перестала соответствовать параметрам человеческого восприятия, перестала соотноситься с человеком. Возможность выхода

из данного тупика современного дизайна связана с цветовой трансформацией дизайн-среды. Основным методом исследования является семиотический анализ дизайн-среды. Кроме того, исследование возможностей цветовой трансформации дизайн-среды было основано на работах студентов кафедры дизайна НИУ «МЭИ» по цветовой адаптации образовательной среды, выполненных в осеннем семестре 2024 года. Новизна исследования обусловлена следующим. До сих пор не существует работ, связанных с экспликацией вектора трансгуманизма в дизайне. Нет исследований, в которых бы фиксировалась взаимосвязь современного минимализма, трансформаций цветовой среды и вектора трансгуманизма в культуре. Впервые выявлены возможности трансформации цветового содержания современной дизайн-среды в сторону адаптации к человеческому восприятию. трансгуманизма, так как практически полностью отказалась от цвета и других элементов, которые адаптируют её к человеческому восприятию. Данную ситуацию можно назвать тупиком современного дизайна, так как он перестал выполнять свои основные функции — идентификацию и навигацию. Одним из средств преодоления тупика современного дизайна является цветовая трансформация дизайн-среды, которая выражается в возвращении цвета, контрастов, декоративных элементов в дизайн.

Ключевые слова:

дизайн-среда, трансгуманизм, цвет, цветовая адаптация, семиотическая система, модернизм, симулякр, навигация, идентификация, коммуникация

Введение

Данное исследование тесно связано с исследованием дизайна как феномена культуры и тех трансформаций, которые происходят с современной дизайн-средой.

Данное исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00407, <https://rscf.ru/project/22-18-00407/>. Проект связан с исследованиями цветовой среды в образовательном пространстве и в пространстве городов: разработкой научных основ формирования цветовой среды современного образовательного пространства, а также с корректировкой цветовой среды, предназначенной для пожилых людей. В проекте наряду с фундаментальными аспектами исследовались научные основы формирования цветовой среды современного образовательного пространства. Если при исследовании феноменологии существования цвета в ландшафте выявляются профессиональные и кросс-культурные особенности цветовосприятия, то фокус внимания на искусственно цветовой среде, которой является графический дизайн, позволяет увидеть общекультурные идеологические и мировоззренческие сдвиги, которые происходят в современной культуре. Данное исследование сосредоточено именно на этой части проблемы исследования цвета: как современный дизайн отражает вектор трансгуманизма в культуре и какие пути могут вывести дизайн как феномен культуры из данного трансгуманистического тупика.

Статья является также частью более широкого исследования дизайна как феномена культуры, в котором более подробно изложены причины, по которым современный дизайн пришел к вектору трансгуманизма.

Современная дизайн среда приобретает черты трансгуманизма: дизайн больше не выполняет свои основные функции по помощи пользователю во взаимодействии с предметным миром и миром информации, а напротив, осложняет данное взаимодействие.

Современный дизайн все больше ориентируется на искусственный интеллект, предполагая его основным агентом коммуникации, и перестает соотноситься с человеческими органами восприятия. Если раньше, в дизайне интернет-контента начала 2000-х годов, существовала четкая система выделения гиперссылок, оформления кнопок, переходов, разграничения и систематизации информации, то сегодня практически все интернет-ресурсы перешли на минималистичный дизайн, ослабленные контрасты, мелкий шрифт. Пользователю сегодня труднее взаимодействовать с информационной средой, так как она не адаптирована к человеческому восприятию, которому нужны контрасты, композиция, группировка элементов. Эта же тенденция читается и в дизайне интерьеров. Так, например, в торговых центрах навигация неочевидна, реципиент теряется в однообразной среде, система помещений не подчинена логике, а скорее, напоминает ризому по своей структуре. Если раньше дизайн, следуя законам композиции и цветовой гармонии ориентировался на органы человеческого восприятия, то сегодня в дизайне наметилась противоположная тенденция. Дизайн не принимает во внимание особенности человеческого восприятия: контрасты, декоративность, маркирование и группировка элементов уходят, их все чаще заменяет однообразный белый фон и невыразительная верстка контента без какой-либо декоративности. То есть дизайн ориентируется не на восприятие живым человеком, а на машинное восприятие. Искусственный интеллект все чаще используется сегодня вместо живого дизайнера, но если живой дизайнер мог апеллировать к логике и эстетическому восприятию человека, то искусственный интеллект ни к кому не обращается, он просто производит контент, в котором нет смыслового отбора. Так, например, искусственный дизайнер студии А. Лебедева, нейросеть Иронов, производит огромное количество логотипов, но они все не содержат в себе идею, смысл, а являются набором информационного шума.

Важнейшим фактором расчеловечивания дизайна становится цвет. В настоящее время цвет практически полностью ушел из дизайна, как из виртуальной, так и из предметной среды. Цвет является важнейшим элементом человеческого восприятия мира. Цветовое маркирование реальности необходимо человеку, но машине оно не нужно. Сегодня все основные интернет-ресурсы отказываются от цвета в пользу максимально лаконичного, бесцветного, вида страниц. Человеческим глазам довольно трудно воспринимать такую среду, но дизайнеры все равно копируют друг у друга минималистичное решение, аргументируя это актуальностью и современностью. Но данная «современность» дизайна детерминирована общим вектором трансгуманизма современной культуры, и дизайн является лишь наиболее ярким маркером данной тенденции.

В настоящем исследовании были выявлены возможности возвращения дизайна к своим прямым функциям – идентификации и навигации – при помощи цветовой трансформации дизайн-среды.

Цель данного исследования – эксплицировать возможности цветовой трансформации современной дизайн-среды. Сегодня дизайн-среда практически полностью лишена цвета, что является одним из маркеров трансгуманизма в современном дизайне. Данную ситуацию можно изменить простыми способами, и одним из таких средств может стать цветовая трансформация.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в настоящий момент в культуре происходят серьезные трансформации, связанные с трансгуманизмом. Есть вероятность, что вся культура может быть переориентирована с человека на нечеловеческих агентов коммуникации. Уже сегодня осмысливается тенденция, связанная с тем, что машины

общаются между собой, исключая человека из коммуникации [1]. Сторонники философии плоских онтологий (Ян Богост, Т. Мортон, А. С. Вертушинский) дают теоретическое и идеологическое обоснование трансгуманизму, утверждая, что онтологический статус человека не выше, чем онтологический статус искусственного интеллекта и других неодушевленных объектов [2]. Т. Мортон, сторонник экологической линии в философии, утверждает, что человек вообще не обязательное существо на планете, и уничтожение человечества может стать даже положительным явлением для планеты [3]. Данные идеологические тенденции находят свое прямое выражение в современном дизайне: современный дизайн все больше приобретает черты и свойства, не адаптированные к человеческим органам восприятия. Особенно сложно взаимодействуют с современной дизайн-средой представители старшего поколения, так как современный дизайн просто не предназначен для ухудшающегося зрения и для нормальной, привычной коммуникации.

Поэтому исследование трансгуманистических тенденций в дизайне является важным для понимания современной культуры в целом. А попытка найти способы преодолеть вектор трансгуманизма путем трансформации цветовой среды представляется перспективной для сохранения в культуре самого феномена дизайна.

Теоретические основы исследования

Современный дизайн является выражением философии плоских онтологий. В этом смысле представителей данного направления в философской мысли можно также назвать в числе теоретических основ данного исследования: Ян Богост, Т. Мортон, А. С. Вертушинский. Современный плоский дизайн является доведенным до логического завершения модернизмом – стилистическим периодом начала двадцатого века, когда была сформирована дизайн-эпистема, система мышления внутри дизайна, и определены основные черты хорошего дизайна – минималистичность, интернациональность. Также, в предыдущих работах мы показали, что современная цветовая среда современного дизайна преимущественно пользуется знаками-симулякрами – максимально невыразительными знаками, лишенными как содержания, так и, в большинстве случаев, формы. Говоря о симулякрах и симуляции, мы опираемся на работы Ж. Бодрийяра [4, 5].

Материал и метод исследования

Методом исследования является семиотический анализ современной дизайн-среды. Материалом исследования стали работы студентов кафедры дизайна Национального исследовательского университета «Московский энергетический институт», выполненные в осеннем семестре 2024 года. Студентам профиля «Графический дизайн» было дано задание по цветовой адаптации образовательной среды. На основании дизайнерских решений студентов были сделаны выводы о возможностях цветовой трансформации современной информационной и предметной среды средствами дизайна.

В данной статье исследование сфокусировано на очень конкретной части дизайн-среды: на графическом дизайне образовательных учреждений: айдентике, системе навигации, интернет-контенте. В естественной среде обитания человека, где также есть место дизайну, существует большое число вне-дизайнерских факторов: освещение, жизнедеятельность человека, старение материалов, различные коннотаторы. Поэтому в естественную среду дизайн вписан более органично. В этом смысле искусственная виртуальная среда, гиперреальность, является более репрезентативной для исследования дизайна как феномена культуры. Цифровая среда очень конкретно выражает те тенденции и трансформации, которые происходят с дизайном под влиянием

более глубоких идеологических сдвигов, происходящих в обществе.

При этом дизайн-среда образовательных учреждений является наиболее репрезентативной, так как именно такая среда должна выстраивать особенно дружелюбный и удобный интерфейс взаимодействия пользователя с контентом. Именно в образовательной среде особенно видно, что сегодня дизайн не решает свои основные задачи.

Кроме того, именно выбранный корпус материала очень хорошо подходит для эксперимента, который предлагается студентам: выполнить цветовую адаптацию дизайн-среды, учитывая, что нынешняя ситуация не соответствует минимальным требованиям человеческого восприятия. При этом, результатом являлся не столько хорошо выполненный дизайн, сколько экспликация тех общих моментов, путей, по которым пошли все дизайнеры, чтобы улучшить цветовую среду.

Обсуждение и анализ

Современный дизайн возник как особая система мышления и установления логических взаимосвязей в период модернизма. Сейчас можно утверждать, что существует конкретная дизайн-эпистема, которая сложилась в 1920-е годы: современные дизайнеры рассуждают так же, как их коллеги из ВХУТЕМАСа и Баухауза [\[6,7\]](#). Именно в период модернизма были созданы первые дизайнерские школы, разработаны принципы обучения дизайну, иными словами, была заложена основа для мыслительного процесса в дизайне.

Основной идеей дизайна модернизма было стремление к интернационализации, суть которой выразил знаменитый девиз Людвига Мис ван дер Роэ: «меньше дизайна – больше дизайна». Сторонники этого подхода стремились устранить социальное неравенство через унификацию среды обитания. Они верили, что создание одинаково удобных условий жизни для всех приведет к равенству, к преодолению социальных противоречий.

Для достижения этой цели предлагалось отказаться от наследия прошлого, национальных традиций и культурных особенностей в пользу упрощенных геометрических форм и нейтральных поверхностей. Дизайнеры жертвовали уникальностью ради создания универсальной среды обитания. В. Беньямин, отмечая рост интереса к стандартизации и стремлению превратить уникальные явления в нечто однородное, писал о «выжимании однотипности» из уникальных явлений [\[8, С. 293\]](#). П. Вирильо отмечает разрыв со всеми разновидностями логоцентризма [\[9, С. 48\]](#). Ведь логоцентризм предполагает принцип иерархии, в том числе, эстетической. От эстетики, в принципе, отказывались, заменяя «эстетический признак композиции производственным признаком конструкции» [\[10, С. 93\]](#). Отказ от принципа иерархии важен для искусства и дизайна модернизма: только так можно достичь настоящей интернациональности. М. Герман, исследуя модернизм, пишет, что и сближение русской культуры с западной было только частью глобального интеграционного процесса [\[6, С. 30\]](#).

Если отбросить все национальные, культурные, гендерные, мировоззренческие и вкусовые различия, то единственное общее, что остается у всех людей – это стремление к комфорту, чистота и гигиена. «Гигиена, чистота и комфорт являются общими, находящимися выше национальных ценностями» [\[11, С. 427\]](#). Описывая идеологию Баухауза, Ф. Уитфорд пишет, что преподаватели Баухауза и ВХУТЕМАСа даже свой

внешний вид подчиняли модернистскому лаконизму и носили нечто подобное рабочим спецовкам или монашеским рясам [7, С. 129]. Поэтому чистота, простота, лаконизм, минимализм стали основой дизайна и по умолчанию считаются благом, как сто лет назад, так и сегодня.

Постмодернизм был краткой фазой сопротивления модернизму. Дизайнеры 1960-1980-х пытались бороться с однообразием модернизма, добавляя в свои работы игровые элементы, цитаты, иронию, декоративные мотивы и даже культурные и национальные отсылки и реминисценции. Тем не менее, постмодернизм оказался всего лишь продолжением и развитием логики модернизма, поскольку не ставил своей задачей преодоление основополагающих принципов последнего – позитивистской материалистической парадигмы. В некотором роде, именно дизайн постмодерна достиг настоящей интернациональности, так как любые культурные различия стираются идеологией потребления. Именно в постмодерне особенно явно проявляются тенденции «стирания личности» [12, С. 197], подавления собственных индивидуальных предпочтений в угоду всеобщему потреблению.

Сегодня очевидно, что интернациональный дизайн служит инструментом глобализации. Дизайнеров вовлекают в мировую политику, в борьбу между идеологиями национальных государств и глобальных корпораций. Создание единой упрощенной дизайн-среды по всему миру выгодно тем силам, которые поддерживают идеи глобализма.

Интернациональный дизайн вписывается в ряд других крупных социальных изменений нашего времени – демократизацию общественного сознания, культуру потребления, либерализацию ценностей и отход от духовных аспектов культуры.

Поэтому современный дизайн, пройдя этап постмодернистских экспериментов, снова обратился к прямым принципам модернизма, так как они лучше соответствуют целям глобализации. Сегодня дизайн во всех сферах стремится к минимализму, упрощению и демократичности. Современный дизайн, как никогда ранее, следует принципу «меньше значит больше».

В этом заключается важнейшая практическая проблема современного дизайна. Стремясь к упрощению и созданию абсолютно идентичных продуктов для всех, современный дизайн перестает учитывать базовые требования эргономики и человеческого восприятия, игнорирует индивидуальные потребности людей, связанные с полом, возрастом и национальностью. Сегодня дизайн предлагает всем одинаковый продукт, не только не ориентируясь на различие вкусов, но даже не принимая во внимание различие здоровья, возрастных и гендерных особенностей.

Всё виртуальное пространство, то, что можно назвать гиперреальностью, постепенно превращается в плоскость, лишенную каких-либо цветовых, композиционных или пространственных характеристик.

Наиболее заметной характеристикой, проявляющей описанную тенденцию, является цветовое содержание дизайн-среды, точнее, практически полное отсутствие цвета в современном дизайне. Дизайнеры используют, в лучшем случае, мягкие, невыразительные оттенки, но чаще вообще отказываются от цвета. Шрифты выбираются мелкие и неконтрастные, не выделяются цветом. Гиперссылки и переходы никак не маркируются. Любые интернет-ресурсы сегодня отказались от цветных фонов, везде царит белый фон. Значки навигации становятся все менее заметными, линейными, бесцветными. Новейшей тенденцией становятся наборы смайликов, лишенные цвета и

сведенные к упрощенным линиям.

Та же тенденция прослеживается и в предметной среде – в интерьерах, общественных пространствах. Навигационные системы становятся всё менее заметными и выразительными, а сами пространства – сложноорганизованными, лишенными логической структуры и иерархии, больше напоминающие ризому. Цветовая среда модных интерьеров приближается к ахроматической гамме, и все повторяют друг за другом одинаковые невыразительные решения.

Хотя дизайнеры считают такие решения современными и актуальными, такая среда становится крайне неудобной, особенно для пожилых людей. Человеческий глаз нуждается в контрастах, а мелкие элементы, пусть и элегантные с точки зрения дизайна, вызывают дискомфорт после определенного возраста. Если еще недавно М. Маклюэн мог говорить о том, что технологии берут на себя функции наших глаз и становятся внешними расширениями человека [\[13, С. 97\]](#), то сегодня технологии мешают нашим органам восприятия, не расширяют наши возможности, а сужают, что входит в противоречие с очевидными функциями технологий.

Сегодня дизайн достиг абсолютного минимума, дошёл до своего предела. Этот предел переходит в качественно новое состояние, следуя законам диалектики. Дизайн меняет свои функции, или точнее, перестает выполнять свои изначальные функции.

Первоначальная функция дизайна заключалась в идентификации объектов и помощи пользователям в ориентации в окружающей среде. Теперь эти функции не только не выполняются, но и замещены прямо противоположными. Вместо того чтобы выделять объекты, дизайн их скрывает, вместо помощи в навигации – затрудняет её. Дизайн не выделяет объект на фоне других, не придает ему индивидуальность, а напротив, скрывает объект в однородной массе таких же.

Таким образом, достигнув предела минимализма и интернациональности, дизайн как культурный феномен превратился в собственную противоположность.

Дизайн всегда был практикой решения «поверхностных задач» [\[14, С. 15\]](#). Говоря о метафизической сущности дизайна, Г. Н. Лола называет его «граничным феноменом» [\[15\]](#). Дизайн всегда находился на границе между миром вещей и миром смыслов, организовывал взаимодействие пользователя с окружающей средой. Но сегодня можно констатировать, что дизайн отступил от своих границ, оставил свой метафизический пост, и теперь между человеком и средой отсутствует посредник в лице дизайна. Человек сталкивается с гиперреальностью без возможности адаптироваться к её хаосу, потому что дизайн больше не занимается организацией этой среды. Эту ситуацию можно условно назвать «тупиком дизайна».

Возможно, если дизайн сохранится как культурный феномен, ему придется выйти за пределы текущего состояния и найти новые формы выражения.

Наличие качественного дизайна проявляется в том, что пользователь чувствует себя комфортно и получает удовольствие от взаимодействия с окружающими объектами. Такая среда должна быть интуитивно понятной, не вызывать путаницы и доставлять эстетическое наслаждение. Основная цель дизайна — облегчать восприятие информации и взаимодействие с окружающим миром, одновременно улучшая эстетику реальности, делая реальность красивее. Эти изначальные функции легли в основу дизайна как культурного феномена, и, возможно, для продолжения существования ему необходимо вернуться к данным принципам.

Особенно ярко проблемы современного дизайна проявляются в тех областях, где он должен оказывать поддержку, таких, как взаимодействие с пожилыми людьми или школьниками и студентами, то есть при создании геронтологической и образовательной среды.

Пожилым людям трудно справляться с современной средой, которая зачастую не учитывает особенности их органов чувств, будь то ухудшение зрения, головные боли или полная потеря зрения. Несмотря на декларируемую инклюзивность, современная дизайн-среда практически не отвечает этим критериям. Например, отсутствуют смартфоны или мобильные телефоны, специально разработанные для слепых людей.

Проблемы современного дизайна также остро ощущаются в образовательной среде. Там, где дизайн призван облегчить освоение новых знаний молодыми людьми и упростить их повседневную жизнь, он нередко оказывается неэффективным. Более того, современный дизайн даже не пытается украшать образовательные пространства, пренебрегая своими эстетическими функциями. Между тем, используя средства дизайна, можно было бы привлекать внимание молодежи к важным аспектам образования, акцентируя ключевые моменты и создавая стимулирующую творческое мышление атмосферу.

Для поиска теоретических и практических решений текущих проблем современного дизайна кафедра дизайна Национального исследовательского университета «Московский энергетический институт» запустила проект по цветовой адаптации образовательной среды. Студенты, специализирующиеся на графическом дизайне, выбрали различные объекты образовательной среды, включая фирменный стиль университета, кафедр, колледжей и визуальный облик учебных заведений. Их задачей было разработать дизайнерские решения для цветовой адаптации и редизайна существующих образовательных пространств, учитывая восприятие как учащихся, так и преподавателей. Студенты выбрали для анализа визуальный контент различных образовательных учреждений. Анализ корпуса материала привел всех студентов к примерно одинаковому выводу: графический дизайн не является выразительным, не привлекает внимание студентов, не помогает в адаптации к образовательному учреждению. Данный анализ был первым шагом для студентов при выполнении проектов по редизайну визуальной среды для образовательного учреждения.

Результаты

Студентами были выполнены проекты по цветовой адаптации образовательной среды различных учреждений. Так как в проекте принимали участие студенты профиля «Графический дизайн» цветовая адаптация касалась, в основном информационной среды, – айдентики, дизайна интернет-ресурсов и социальных сетей и системы визуальной коммуникации внутри здания. Среди проектов были редизайн фирменного стиля и интернет-ресурсов для НИУ «МЭИ», для Колледжа Архитектуры, Дизайна и Реинжиниринга № 26» (ГБПОУ «26 КАДР»), для Технологического колледжа № 21 (факультет «Мегадизайн»), Московского государственного колледжа электромеханики и информационных технологий (МГКЭИТ) и ряда других образовательных учреждений.

При семиотическом анализе существующей цветовой среды образовательных учреждений были выявлены следующие закономерные особенности.

1. Белый фон, отсутствие цветных акцентов и плашек.
2. Мелкие шрифты, отсутствие маркирования важных элементов.

3. Отсутствие иллюстраций и относительно небольшое количество фотоматериалов.

4. Как показывают первые три пункта, означающие в знаках дизайна сведены к минимуму. С семиотической точки зрения, дизайнеры в основном используют знаки-индексы, схематические знаки, уменьшающие выразительность.

5. Кроме знаков-индексов, скупое передающих основную информацию, используются знаки-симулякры – полностью лишенные содержания, пустая информация, не только не имеющая серьезного внутреннего содержания, но и не оформленная интересной внешней формой.

6. Если, в редких случаях, используется цвет, это происходит случайно, цвет не несет информацию, является частью знака-симулякра.

Такая цветовая среда не способствует удобному взаимодействию пользователя с окружающим миром, как информационным, так и предметным. Дизайн не помогает пользователю, не украшает, и часто практически отсутствует.

Несмотря на различия в начальных условиях проектов, связанных с особенностями различных образовательных учреждений и направлений графического дизайна, выбранных каждым студентом, подходы к решению задачи основывались на схожих принципах. Возможно, выход из «тупика дизайна» будет следовать аналогичным направлениям.

Во всех проектах цветовая адаптация включала следующие изменения:

1. Увеличение яркости цветов и их очистка.
2. Повышение насыщенности цветов.
3. Введение цветных фонов и ярких элементов.
4. Использование цветовых контрастов и эстетизированных оттенков.
5. Применение эффектных цветовых комбинаций.
6. Внедрение больших цветовых пятен для улучшения навигации.
7. Включение цветной графики и изображений, основанных на использовании цвета.

Данная трансформация цветовой составляющей дизайн-среды направлена на то, чтобы пользователям было удобнее взаимодействовать с информационным пространством, как в предметном мире, так и на сайте образовательного учреждения. Удобное взаимодействие со средой, понятная навигация снимает стресс, успокаивает. Пользователи будут испытывать меньше раздражения, меньше зрительного напряжения. Причем предлагаемый редизайн во всех случаях не является затратным, дизайн стоит одинаково, вне зависимости от того, применяется в нем цвет или нет.

Выводы

Таким образом, первый шаг к выходу из «тупика дизайна» заключается в цветовой адаптации дизайн-среды. Эта адаптация предполагает возвращение цвета в дизайн посредством использования фонов, контрастов, нюансов, градиентов, интересных сочетаний, повышения яркости и насыщенности.

Цвет играет ключевую роль в восприятии окружающего мира, его сложности и

разнообразия. Дизайн эпохи модернизма стремился упростить мир до однообразной, неяркой среды, стремясь к полной гомогенизации и неразличимости, что фактически приближало его к состоянию небытия. То же самое происходило и с дизайном, который в процессе развития начал отрицать собственные основы.

Современный дизайн отражает вектор трансгуманизма, с очевидностью проявляющийся в современной культуре. По словам А. Лебедева, «цифровое дискредитирует сознание и рождает роботизированность» [\[16, С. 367\]](#). Постепенно цифровая среда перестает ориентироваться на человека и его органы восприятия и адаптируется под использование нечеловеческими агентами коммуникации – машинами, искусственным интеллектом. Процесс происходит постепенно, практически в соответствии с тем, как Д. Чалмерс описал блекнущие квалиа [\[17, С. 316-320\]](#). В мысленном эксперименте Д. Чалмерса живые клетки человеческого мозга постепенно замещаются чипами, что приводит к постепенному ослаблению восприятия яркости цветов. Если полностью человеческий мозг видит красный цвет, но чем больше живой ткани будет заменено на чипы, тем менее ярким будет восприниматься цвет. Восприятие цвета постепенно гаснет, угасает, вместе с угасанием самосознания. Если у Д. Чалмерса эксперимент носит теоретический характер и призван показать, что такое квалиа, то практика современного дизайна наглядно иллюстрирует данный процесс, показывая, как дизайн постепенно переориентируется от восприятия человеком до отсутствующего восприятия при работе с машиной. Пропадает цвет, акценты, все то, что нужно человеческим глазам, но так пропадает и сам дизайн, так как машина не нуждается в декоративной подаче информации.

Возрождение дизайна будет связано, прежде всего, с возвращением цвета, с созданием среды, отражающей яркое разнообразие реального мира и одновременно использующей тонкие цветовые сочетания. Ю. Кристева говорила о возрождении как о «лучшем способе идти наперекор массовому обезличиванию и автоматизации тел и умов» [\[18, С. 54\]](#). Модернисты стремились превратить цвет в плоскость и свести его к нулю. Возможно, дизайнеры снова обратят внимание на важность цветовой гармонии при восприятии среды [\[19\]](#). Дизайн будущего, скорее всего, вновь создаст цветовое пространство, которое будет активно взаимодействовать с человеческим восприятием.

Таким образом, цветовая трансформация дизайн среды, обусловленная необходимостью ухода от вектора трансгуманизма, может быть связана с повышением яркости, контрастности цвета, с возвращением цветных фонов и декоративности в дизайн.

Библиография

1. Рыженкова В.В. Свидетельство будущего: цифровой поворот в философии медиа и гибридном искусстве // Актуальные проблемы теории и истории искусства: сб. науч. статей. Вып. 10 / Под ред. А. В. Захаровой, С. В. Мальцевой, Е. Ю. Станюкович-Денисовой. МГУ имени М. В. Ломоносова / СПб.: НП-Принт, 2020. С. 641–648. ISSN 2312-2129. <http://dx.doi.org/10.18688/aa200-4-59>
2. Ветушинский А.С. На пути к симметрии: как онтология стала плоской. // Философия и культура. 2016. № 12. С. 1625–1630. DOI: 10.7256/1999-2793.2016.12.20796. URL: https://nbpublish.com/library_get_pdf.php?id=39337
3. Мортон Т. Стать экологичным. М.: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2019. 240 с.
4. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть: пер. с фр. / Ж. Бодрийяр. М.: Добросвет, 2000. 387 с.

5. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр ; [пер. с фр. А. Качалова]. М.: ПОСТУМ, 2016. 240 с.
6. Герман М. Модернизм. Искусство первой половины XX века. 2-е изд., испр. СПб.: Азбука-классика, 2005. 480 с., ил.
7. Уитфорд Ф. Баухаус: пер. с англ. / Фрэнк Уитфорд. М.: Ад Маргинем Пресс: Музей современного искусства «Гараж», 2021. 240 с.: ил.
8. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Судьба и характер: эссе / Вальтер Беньямин; пер. с нем. И. Алексеевой, Н. Бакши, А. Белобратова и др. СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2021. 448 с.
9. Вирильо П. Машина зрения: пер. с фр. / П. Вирильо; пер. с фр. А. В. Шестакова, под ред. В. Ю. Быстрова. С-Пб.: Наука, 2004. 140 с.
10. Лаврентьев А. Н. Перекрестки авангарда. Родченко, Степанова и их круг / А. Н. Лаврентьев. Москва: Издательство АСТ, 2024. 352 с.: ил.
11. Форти А. Объекты желания. Дизайн и общество с 1750 года / Адриан Форти [пер. с англ. И. Форонова]. 2-е изд. испр. М.: Изд-во студии Артемия Лебедева, 2013. 456 с.
12. Дебор Ги. Общество спектакля / Ги Дебор; [перевод с французского С. Офертаса]. Москва: Издательство АСТ, 2023. 256 с.
13. Маклюэн М. Г. Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. 5-е изд., испр. М.: Кучково поле, 2023. 464 с.
14. Каплан Р. С помощью дизайна. Почему не было замков на дверях ванных комнат в отеле «Людовик XIV» и другие примеры / Ральф Каплан; [пер. с англ. И. Форонова]. М.: Изд-во студии Артемия Лебедева, 2014. 328 с.: ил.
15. Лола Г. Н. Дизайн. Опыт метафизической транскрипции / Г. Н. Лола; послесл. Н.Б. Иванова. М.: Изд-во МГУ, 1998. 264 с.
16. Лебедев А. Ководство / А. Лебедев. 7-е изд. М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2021. 560 с.
17. Чалмерс Д. Сознательный ум: В поисках фундаментальной теории. / Дэвид Чалмерс. Пер. с англ. Изд. 3-е. М.: УРСС: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2019. 512 с.
18. Кристева Ю. Брак как произведение искусства / Ю. Кристева, Ф. Соллерс; [пер. с фр. Н. В. Баландиной]. М.: РИПОЛ классик, 2021. 192 с.
19. Грибер Ю.А., Аль-Расхид А.С., Гуайх Я., Мефо Ф., Одетти Х.В., Самойлова Т.А., Сивова Т.В., Яр Э.К. Кросс-культурное исследование «геометрии» гармоничных цветовых сочетаний в цветовом пространстве CIELAB Третий всероссийский конгресс по цвету / под ред. Ю.А. Грибер. Смоленск: Изд-во СмолГУ., С. 22–24.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования в представленной для публикации в журнале «Человек и культура» статье, как отражено в заголовке («Цветовая трансформация как способ ухода от трансгуманизма дизайн-среды»), является цветовая трансформация (в объекте) в дизайне окружающей современного человека культурной среды, которая в целом автором концептуализирована как дизайн-среда и рассмотрена на примере студенческих проектов графического редизайна фирменного стиля и интернет-ресурсов для НИУ «МЭИ», для Колледжа Архитектуры, Дизайна и Реинжиниринга № 26» (ГБПОУ «26 КАДР»), для Технологического колледжа № 21 (факультет «Мегадизайн»), Московского государственного колледжа электромеханики и информационных технологий (МГКЭИТ) и ряда других образовательных учреждений.

Автор, Александра Владимировна Панкратова, заведующая кафедрой дизайна Национального исследовательского университета «Московский энергетический институт» в представленном тексте не следует редакционной политике журнала по обеспечению слепого рецензирования, что подчеркнуто прямым указанием авторства посредством ссылок на уже опубликованные автором статьи. Формально следуя редакционным требованиям, рецензент обязан отказаться от анализа представленного на рецензирование материала и отклонить его по причине нарушения автором политики редакции. Но учитывая актуальность разрабатываемой автором темы, рецензент считает необходимым выполнить свои функции без учета этого существенного нарушения со стороны автора, предполагая его способность устранить обнаруженные недостатки при доработке материала.

Прежде всего рецензент обращает внимание, что не совсем ясна ссылка автора на заверченный под руководством Ю. А. Грибер исследовательский проект (РНФ 22-18-00407) по теме «Когнитивная культурология цвета: разработка научных основ формирования колористики культурного ландшафта», отчеты которого опубликованы на официальном сайте РНФ (https://rscf.ru/prjcard_int?22-18-00407). Представленные в них результаты не в полной мере соответствуют результатам исследования Александры Владимировны. В частности, в ходе реализации проекта Ю. А. Грибер был проведен онлайн-эксперимент по изучению профессиональных различий в стратегиях выбора гармоничных цветовых сочетаний и кросс-культурной специфики «представителей семи стран (N=508), среди которых – Россия, Беларусь, Алжир, Нигерия, Саудовская Аравия, Чили и Мексика», и «установлено, что цвет помогает быстрее узнавать культурные ландшафты и лучше их запоминать. Узнаваемость изображений из разных категорий заметно коррелирует с продолжительностью презентации. При этом степень влияния цвета на внимание и запоминание зависит от типа культурного ландшафта: цвет практически не важен в целенаправленно созданных ландшафтах, которые построены по замыслу и характеризуются определенной планировочной композицией, и крайне важен в естественно развившихся, которые зависят от природного ландшафта и природных условий» (https://rscf.ru/prjcard_int?22-18-00407). Из результатов Ю. А. Грибер очевидно, что функции цвета в культурной (искусственной) среде (в дизайн-среде чего бы то ни было) зависят от естественного ландшафтного окружения и менее значимы при отсутствии естественных детерминант. Вполне вероятно, что в целенаправленно созданных (искусственных) ландшафтах сигнальные функции цвета рассредоточены между иными элементами дизайна среды, что и обуславливает снижение его значимости для когнитивной системы человека. Отсюда и критикуемая А. В. Панкратовой тенденция современного дизайна к снижению функций цвета в искусственных средах: современный человек преимущественно обитает в искусственной (окультуренной) среде, не особенно нуждающейся в сигнально-навигационных функциях цвета. Поэтому цветовая трансформация, о которой пишет А. В. Панкратова, не связана с «кризисом дизайна» и нет оснований полагать, что «возрождение дизайна будет связано, прежде всего, с возвращением цвета, с созданием среды, отражающей яркое разнообразие реального мира и одновременно использующей тонкие цветовые сочетания».

Рецензент отмечает, что автор вправе отстаивать собственную позицию, у которой есть достаточные теоретические основания, но выдавать собственные суждения за исследования коллег, тем более предполагающие иные результаты, также неэтично, как и присваивать чужие исследования. Удивляет полное отсутствие в тексте представленной на рецензирование статьи анализа опубликованных в рамках проекта РНФ результатов, что находит отражение не только в тексте, но и в отсутствии ссылок на публикации исследовательского коллектива Ю. А. Грибер в библиографии.

Таким образом, учитывая описанные выше обстоятельства, приходится признать, что предмет исследования (цветовая трансформация в дизайн-среде) раскрыт автором односторонне, от чего итоговый вывод не может в полной мере соответствовать действительности. Рецензент, в частности, отмечает, что дизайн-среда (объект исследования) не столь однороден, как предполагает автор: одно дело дизайн культурной среды с учетом естественных детерминант окружения (освещение, влажность, ландшафт и пр.), другое дело — дизайн полностью искусственных сред, который, в свою очередь, существенным образом зависит от целей и задач (в одних случаях цвет, как избыточный раздражитель, менее значим, в других — наоборот крайне необходим, поэтому, к примеру, дальтоникам в России права на вождение автотранспорта не выдают).

Методология исследования, как указал автор, опирается на «семиотический анализ современной дизайн-среды» («Материалом исследования стали работы студентов кафедры дизайна Национального исследовательского университета “Московский энергетический институт”, выполненные в осеннем семестре 2024 года. Студентам профиля “Графический дизайн” было дано задание по цветовой адаптации образовательной среды. На основании дизайнерских решений студентов были сделаны выводы о возможностях цветовой трансформации современной информационной и предметной среды средствами дизайна»). Рецензент обращает внимание на узость методического подхода и нерелевантность объема проанализированного материала итоговому обобщению. Для однозначного прогнозирования тенденций развития дизайна в рецензируемом тексте не представлено достаточно оснований.

Актуальность выбранной темы автор обосновывает тем, что цвет, по его мнению, становится «важнейшим фактором расчеловечивания дизайна». Поскольку цвет «является важнейшим элементом человеческого восприятия мира», автор считает тенденцию к снижению сигнально-навигационных функций цвета в искусственной дизайн-среде маркером трансгуманизма, под которым понимает не только идеологическую установку, но и некий реализующийся в рамках доминирующих тенденций развития дизайна глобальный проект.

Научная новизна исследования, в силу обозначенных выше обстоятельств, остается под сомнением.

Стиль текста в целом автором выдержан научный, лишь отдельные высказывания нуждаются в уточнении («Цветовое маркирование реальности необходимо человеку, но машине он не нужен», «От эстетики, в принципе, отказывались, заменяя “эстетический признак композиции производственным признаком конструкции”», «Московского государственного колледжа электромеханики и информационных технологий (МГКЭИТ) и ряда других образовательных учреждений»).

Структура статьи в целом соответствует логике изложения результатов научного исследования, но существенное доминирование объемов теоретических аргументов над результатами эмпирических исследований, не подтверждающих и не опровергающих гипотетические теоретические положения, вскрывает избыточность последних.

Библиография, учитывая актуальность выбранной автором темы, слабо отражает проблемную область исследования (в частности, не проанализированы опубликованные результаты исследовательского коллектива Ю. А. Грибер), в оформлении пунктов 5 и 21 есть незначительные отступления от редакционных требований.

Апелляция к оппонентам не всегда корректна (цитата А. Н. Лаврентьева слабо согласована с контекстом; читателю крайне сложно отграничить мысль автора статьи от цитируемых им мнений коллег).

В силу острой актуальности заявленной автором темы, статья может представлять интерес для читательской аудитории журнала «Человек и культура», но автору следует

устранить существенные ее недостатки с учетом замечаний рецензента.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Статья имеет четкую структуру: введение, теоретические основы исследования, материал и методы исследования, обсуждение и анализ, результаты, выводы, библиография.

Некоторые положения в статье требуют более четкой аргументации. Например: "дизайн больше не выполняет свои основные функции по помощи пользователю во взаимодействии с предметным миром и миром информации, а напротив, осложняет данное взаимодействие". Этот тезис нужно как-то подтвердить. Или другой тезис: "современный дизайн все больше ориентируется на искусственный интеллект". И в чем это проявляется? Скорее наоборот, ИИ все больше используется в дизайне. Или: "проблемы современного дизайна также остро ощущаются в образовательной среде". В чем это проявляется? Хотелось бы увидеть какие-то эмпирические данные, подтверждающие этот тезис.

В методологическом разделе указывается, что "материалом исследования стали работы студентов кафедры дизайна Национального исследовательского университета "Московский энергетический институт", выполненные в осеннем семестре 2024 года".

В статье обсуждаются идеи ученых и дизайнеров, на работы которых не поставлены ссылки (Ян Богост, предыдущие работы автора статьи, Людвиг Мис ван дер Роэ, "коллеги из ВХУТЕМАСа и Баухауза").

В статье предлагается множество способов цветовой адаптации ("увеличение яркости цветов и их очистка, повышение насыщенности цветов, введение цветных фонов и ярких элементов, использование цветовых контрастов и эстетизированных оттенков, применение эффектных цветовых комбинаций, внедрение больших цветовых пятен для лучшей навигации, включение цветной графики и изображений, основанных на использовании цвета"), однако неясной остается прикладная направленность подобных способов. В результате их реализации улучшатся образовательные результаты? Студенты будут чаще посещать лекции и семинары? В чем смысл повышенных расходов вузов на дизайн, если учесть, что для образовательного учреждения цель функционирования, в соответствии с законодательством, является несколько другой?

Статья в этом смысле представляет собой больше манифест выхода из "тупика дизайна", чем строгое научное исследование.

Вопросы вызывает также и проблема перехода от обсуждения дизайна образовательного учреждения к дизайну в целом. Является ли в этом отношении вуз достаточно типичным примером? Можно ли обобщать выводы, сделанные на основе ответов студентов одного вуза, на проблемы российского дизайна?

В статье делается вывод, что "дизайн будущего, скорее всего, вновь создаст цветовое пространство, которое будет активно взаимодействовать с человеческим восприятием".

В заключительном разделе обычно повторяются концептуальные положения, проработанные в статье.

В библиографическом разделе приводится 19 научных публикаций, в том числе и современные за 2023 – 2024 годы.

Рекомендуется проверить грамматику.

Результаты процедуры окончательного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования в статье «Цветовая трансформация как способ ухода от трансгуманизма дизайн-среды» является изучение влияния трансгуманизма на современный дизайн и поиск способов преодоления этого влияния через цветовую трансформацию дизайн-среды. Автор рассматривает, как современный дизайн утратил свою первоначальную функцию помощи пользователю в ориентации в окружающем мире и стал сложным для восприятия, особенно для старшего поколения, явлением. Основной целью исследования является разработка методов возвращения дизайна к его исходным задачам через цветовую адаптацию.

Методология исследования включает семиотический анализ современной дизайн-среды, а также проведение эксперимента среди студентов кафедры дизайна Московского энергетического института. Исследование опирается на материалы, созданные студентами в рамках курса по цветовой адаптации образовательной среды. Это позволило авторам выявить основные проблемы современного дизайна и предложить способы их решения через цветовую трансформацию.

Актуальность исследования обусловлена значительными изменениями в культуре, связанными с трансгуманизмом, и угрозой потери феномена дизайна как культурного явления. Трансгуманистические тенденции в дизайне делают его непригодным для взаимодействия с человеком, что особенно заметно в образовательной и геронтологической среде. Исследование подчеркивает необходимость возвращения к основным функциям дизайна для сохранения его роли в культуре.

Научная новизна исследования заключается в предложении цветовой трансформации как способа преодоления трансгуманистических тенденций в дизайне. Авторы предлагают конкретные методы улучшения цветовой среды, включая увеличение яркости и насыщенности цветов, использование контрастов и декоративных элементов. Это представляет собой новый подход к решению проблемы утраты функциональности и эстетики в современном дизайне.

Стиль у статьи академический, структурированный и последовательный. Текст разделен на логичные разделы, каждый из которых посвящен определенной теме: теоретические основы, материал и методы, обсуждение результатов и выводы. Содержание статьи охватывает широкий спектр вопросов, связанных с дизайном и трансгуманизмом, и предоставляет читателю комплексное понимание проблемы. Однако некоторые разделы могут показаться перегруженными теоретическими ссылками, что усложняет восприятие текста.

Библиография обширная и разнообразная, включает ссылки на важные работы в области философии, культурологии и дизайна. Она демонстрирует глубину исследования и свидетельствует о тщательной подготовке авторов. Автор критически оценивает влияние трансгуманизма на дизайн, но не уделяет достаточного внимания альтернативным взглядам на проблему.

Выводы исследования подтверждают возможность выхода из «тупика дизайна» через цветовую трансформацию. Авторы убедительно показывают, что возвращение цвета и контраста в дизайн может значительно улучшить взаимодействие пользователей с информацией и предметами. Рекомендации по внедрению этих изменений представляются реалистичными и эффективными.

Статья может быть интересна широкому кругу читателей, включая специалистов в области дизайна, культурологов, философов и студентов соответствующих специальностей. Она также может привлечь внимание профессионалов, занимающихся

вопросами эргономики и доступности информации для разных возрастных групп.
Статья может быть рекомендована к публикации в журнале «Человек и культура».