

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2024.99.78.023

Трансформация функции дизайна: от сигнификации к симуляции

Панкратова Александра Владимировна

Кандидат философских наук, доцент,
завкафедрой дизайна,
Национальный исследовательский университет –
Московский энергетический институт,
111250, Российская Федерация, Москва, ул. Красноказарменная, 14;
e-mail: PankratovaAIV@mpei.ru

Аннотация

Объектом исследования является дизайн в контексте современной культуры. Предмет исследования – трансформации семиотической системы дизайна в современности. Цель исследования – показать, как логика исторического развития феномена дизайна приводит в настоящее время к смене функций дизайна. Основным методом исследования – семиотический анализ. Вывод исследования состоит в том, что дизайн, развиваясь, перестает заниматься в качестве своей основной функции сигнификацией – означиванием. В настоящее время основной функцией дизайна становится симуляция. Изначально функциями дизайна являются идентификация и навигация, обе функции связаны с использованием мотивированных знаков. На смену изобразительным мотивированным знакам в дизайне (знакам-индексам и иконическим знакам) приходит знак-симулякр. Замена сигнификации симуляцией в дизайне показана в статье на примерах из современной визуальной среды. Основным примером симуляции в дизайне в данной статье является практика редизайна в стилистике «флэт»: изменения дизайна связаны с уменьшением смысла и изобразительности. Данная трансформация не детерминирована исключительно современной культурной ситуацией, а заложена в саму дизайн-эпистему, сформировавшуюся в период модернизма под влиянием секулярной культуры и идеологии зарождающегося общества потребления.

Для цитирования в научных исследованиях

Панкратова А.В. Трансформация функции дизайна: от сигнификации к симуляции // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 1А. С. 186-192. DOI: 10.34670/AR.2024.99.78.023

Ключевые слова

Дизайн, культура, модернизм, интернациональный дизайн, плоский дизайн, сигнификация, симуляция, симулякр, знак, редизайн, семиотика.

Введение

В настоящее время дизайн является феноменом, наиболее репрезентативно выражающим процессы, происходящие в культуре в целом. Поэтому дизайн в наши дни особенно интересен для культурологического осмысления. При этом в современном дизайне происходят трансформации, которые, с одной стороны, являются результатом логики развития дизайна, а с другой, выглядят достаточно парадоксально и способны полностью деконструировать данный феномен.

Дизайн представляет собой развивающуюся динамическую семиотическую систему, поэтому парадоксальным образом меняются сами функции дизайна.

Идеологические основания дизайна: дизайн-эпистема

Для разговора о современном дизайне введем понятие дизайн-эпистемы. Дизайн-эпистема – это способ мышления внутри дизайна, система логических связей и принципов использования знаков в дизайне.

Дизайн-эпистема начала свое активное формирование в начале XX века, в эпоху модернизма, так как именно в это время дизайн окончательно оформляется как социальная практика.

В истории дизайна термин «модернизм» связан с доминирующей линией в искусстве и в дизайне первой трети XX века, художественный авангард и первые школы дизайна – ВХУТЕМАС и Баухауз. Часто можно встретить мнение, что модернизм не обладает целостностью, а представляет собой разнообразие направлений и стилей. Но при всей кажущейся разнородности модернизм достаточно гомогенен идеологически.

Говоря об эпохе авангарда, как правило, вспоминают новаторство в техниках и эксперименты с художественным языком. Но намного важнее идеологический фундамент модернизма: отказ от традиционной культуры, от религии и трансцендентных основ человеческого существования, принципиальный материализм, вера в науку и прогресс, устремленность в будущее, а также утопическая вера во всеобщее равенство, отказ от иерархии, в том числе, эстетической. Все особенности искусства и дизайна эпохи модернизма связаны с установкой на равенство, с отказом от иерархии и трансцендентных смыслов.

Модернизм ориентирован на социальное равенство, то есть на массы. «Социальное стремится к упорядоченности, к однообразию, антропологическое – к хаосу множественности, к разнообразию» [Гиренок, 2021, С. 93]. Отсюда, как минимализм и геометризм, характерный для модернистского дизайна, так и авангардные эксперименты с художественной формой: язык минимализма, так же, как и язык авангарда, не требует знаний истории искусства, не требует интеллектуальной подготовленности. Это язык, понятный массам. Эпоха модернизма, прикрываясь лозунгами социального равенства, готовила общество массового потребления.

Причем подмена смыслов происходит в модернизме так незаметно, что до сих пор недостаточно четко рефлексировалось – модернизм и авангард и сегодня считаются элитарным периодом, сложным для восприятия «простыми людьми», а также прогрессом искусства. В действительности, идея интернационального дизайна, декларируемая модернистами как способ преодоления социального неравенства, рождается из отрицания иерархии, отрицания канонов прошлого и критериев искусства. Если искусством можно считать все, что угодно, если красота это факультативное свойство искусства, то не существует профессионального понимания искусства, и любой обыватель становится ценителем. Обывателям предлагается мир, который

они понимают, в котором нет сложного духовного содержания искусства. Это и есть общество потребления.

Дизайнеры эпохи модернизма манифестировали, что средствами дизайна можно решить социальные противоречия, если поселить всех людей в однородной комфортной минималистичной дизайнерской среде. Данная идеология интернационального дизайна стала удобной почвой для формирования однородной потребительской среды по всему миру.

Культуру до эпохи модерна, модернизма и постмодерна называют традиционной. Традиционная культура была вертикально ориентированной и логоцентрической. То есть человек традиционной культуры жил в парадигме, предполагающей трансцендентное начало, вертикальную иерархию смыслов. Смысл жизни человека христианской парадигмы находился вне предметного мира, вне потребления.

Поэтому понятно, что материалистичность и футуристичность модернизма не является эстетическим выбором, это просто позиция, удобная для формирования общества потребления. Если человек не имеет цели жизни за пределами этого мира, то жизнь начинает сводиться к комфортному существованию, к потреблению. Именно в таком мире и расцветает дизайн, как практика создания комфортной среды, предметной и информационной.

Об этих трансформациях общественного сознания Ж. Бодрийяр пишет: «Реклама и пропаганда приобретают полный размах, начиная с времен Октябрьской революции и мирового кризиса 1929 года. Обе являются языком масс, порожденные массовым производством идей и товаров» [Бодрийяр, 2016, С. 121].

Модернизм стал эпохой перехода от вертикально ориентированной культуры к культуре принципиально материалистической. И именно в это время сформировалась дизайн-эпистема.

Таким образом, дизайн-эпистема сложилась как принципиально материалистическая система, ориентированная на новаторство, на будущее, и оперирующая знаками, которые не отсылают к трансцендентному содержанию (то есть не использующая знаки-символы).

Такая система мышления необходимо начинает двигаться в сторону симуляции бытия, в сторону отсутствия смыслового содержания предметного и информационного пространства.

Развитие дизайн-эпистемы в современности: симуляция в дизайне

Именно поэтому развитие истории дизайна связано с появлением симулякра третьего порядка и симулякра четвертого порядка.

То есть семиотический взгляд на историю дизайна показывает движение в сторону последовательного избавления от смысла. Сначала иконические знаки заменяются знаками-индексами, в которых означающее и означаемое связаны не прямым, а условным сходством. Это, например, геометризация форм, замена декоративных элементов упрощенными, как в шахматах Баухауз. Дальнейшее усиление симуляции связано с использованием знаков-симулякров, то есть знаков, означаемое которых уже отсутствует. Именно отсутствие трансцендентного означаемого в дизайн-эпистеме ставит под сомнение необходимость означаемого, смысла вообще. Что и наблюдается в дизайне постмодерна.

В дизайн-эпистеме симуляцией, абстрактной бессмысленной формой становится человек: «перед лицом функциональной вещи он оказывается дисфункционален, иррационально-субъективен; отныне он – пустая форма» [Бодрийяр, 2020, С. 76-77.].

Таким образом, в дизайн-эпистеме начинает использоваться новый тип знаков – симулякр.

В качестве примеров симулякра третьего порядка в дизайне можно привести работы дизайнеров второй половины XX века, в которых игровая забавная форма не отсылала ни к

какому содержанию. Сюда же относятся логотипы известных брендов – знак, не отсылающий к качеству или особенному содержанию, а являющийся ценностью сам по себе.

Сегодня в дизайне все чаще используется симулякр четвертого порядка – знак, в котором не только содержание отсутствует, но и внешнее выражение становится настолько минималистичным или невыразительным, что исчезает сам объект дизайна.

Так, современные креативные пространства, которые сегодня возникают в разных городах на местах старых заводов, стилистически максимально похожи между собой. Дизайнеры не стараются придать им индивидуальность, которую логично было бы ожидать от творческого пространства. Любая стилизация, декорирование сегодня не используются дизайнерами. Все выполняется в приблизительно одинаковом невыразительном стиле, близким скандинавскому дизайну 50-х годов XX века.

Другой пример симулякра четвертого порядка – современная мода на оверсайз, которая максимально прячет фигуру, уравнивает всех людей, делает человека незаметным. Постковидная мода старается быть максимально удобной, но вместо этого просто делает всех людей неяркими, некрасивыми, невыразительными, одинаковыми.

Мода пытается постулировать равенство и демократичность – это означаемое. Означающим в современной моде становится отсутствие формы, силуэта и цвета, что и является симулякром четвертого порядка, знаком с отсутствующим означающим.

Таким образом, в современном дизайне предпочтение отдается отсутствию высказыванию, пустоте вместо знака, знаку-симулякру.

Здесь мы подходим к основному наблюдению исследования. Сегодня отчетливо видно, что дизайн изменил свои основные функции.

Изначально у дизайна было две основных функции – навигация и идентификация. Навигация – это помощь пользователю в ориентировании в среде (реальной или информационной). Например, система визуальных сообщений – табличек с обозначениями помещений или движения внутри помещения. Идентификация – это возможность выделить объект дизайна в среде. Ярким примером системы идентификации, выделения объекта в среде, является айдентика – фирменный стиль.

Данные функции осуществлялись посредством акта сигнификации – обозначения, создания знака или системы знаков.

Как было установлено выше, современный дизайн переходит на использование знаков-симулякров – неизобразительных знаков. Это детерминирует трансформацию акта сигнификации в акт симуляции. Современный дизайн больше не означает, не выделяет и не помогает ориентироваться. Напротив, дизайн скрывает, делает объект дизайна таким же, как и все окружающие объекты. Вместо ориентации в среде дизайн сегодня запутывает: достаточно вспомнить интерфейс любого интернет-ресурса. Сегодня дизайнеры не подчеркивают ссылки, пользователь должен догадываться, какой элемент является гиперссылкой, и весь сайт является набором случайных элементов при минималистичном оформлении.

До недавнего времени можно было говорить, что «дизайн – язык, помогающий определить ценность вещи или хотя бы намекнуть на неё», «именно язык дизайна определяет пол предмета, зачастую самыми примитивными средствами» [Суджич, 2013, С. 57]. В настоящее время дизайн, напротив, нивелирует пол, национальность, любые индивидуальные отличия, даже эксклюзивность вещи. Сегодня стерты различия изделия из масс-маркета и эксклюзивной дизайнерской брендовой вещи, все выглядит одинаково невыразительно.

Показательным примером трансформации акта сигнификации в акт симуляции в дизайне является современный редизайн. Сегодня многие организации заказывают дизайнерам

обновление своего фирменного стиля или интернет-ресурса для того, чтобы выглядеть более современно.

Несколько лет назад редизайн можно было считать скорее актом сигнификации. Так, при редизайне газет или журналов дизайнер старался сделать более оригинальный логотип, добавлял воздуха, какие-то интересные элементы навигации, чтобы издание выглядело свежее и необычнее.

В качестве примера редизайна как процесса сигнификации можно привести изменение фирменного стиля Билайна, осуществленное студией А. Лебедева около двадцати лет назад. Вместо синей гаммы дизайнеры предложили белый фон и черно-желтый логотип, намекающий на тему пчел и сот. То есть был использован знак-индекс – не прямой намек.

В современном дизайне знаки-индексы практически не используются. Сегодня практически весь графический дизайн и дизайн в интернете выполняется в стилистике плоского дизайна. Практически все организации сделали редизайн в данной стилистике, которая сводится к избавлению от фона, от цветных плашек, от любых декоративных элементов. Сегодня все компании, которые хотят выглядеть актуально, выглядят одинаково.

Дизайнеры считают, что плоский дизайн лучше подходит современному человеку, который перегружен информацией и нуждается в простых сообщениях. Но такая позиция противоречит научным исследованиям в области визуального восприятия и цвета. Например, слабые контрасты, которые часто применяются в плоском дизайне, негативно воздействуют на зрение пожилых пользователей, так как «с возрастом происходят неизбежные физиологические изменения тканей и органов, участвующих в цветовом зрении» [Грибер, 2020].

В течение последних пяти лет редизайн в сторону стилистики «флэт» был применен ко всем крупным сайтам и сервисам, таким, как Сбербанк, Вконтакте, РЖД, и другие. Работа дизайнеров во всех случаях сводилась к упрощению, уменьшению цвета, избавлению от деталей. Некоторые ресурсы, подобно Mail.ru, кажутся не загрузившимися полностью из-за минималистичного дизайна и отказа от логичной навигации. В этом процессе полностью теряются изначальные функции дизайна – идентификация и навигация.

Еще более любопытное современное проявление редизайна заключается в незначительном изменении шрифта или цвета в логотипе. Данное изменение, которое тоже проделали многие компании, не несет никакой смысловой нагрузки, не делает более заметным и оригинальным логотип, а наоборот, делает логотип более усредненным, незаметным, таким же, как все остальное. Например, логотип Яндекса избавился от вертикальной ориентации, которая делала его необычным, а Гугл сделал цвета логотипа более приглушенными, а форму более скучной, незаметной.

Заключение

Таким образом, в современном дизайне исчезает важная функция дизайна – создание смысла, идеи, игра с культурными кодами. Вместо этого дизайнеры заняты бессмысленной игрой невыразительных означающих, не отсылающих ни к какому означаемому.

Сегодня не происходит деконструкции смысла, как в эпоху постмодерна. Смысл не подразумевается как таковой. Деконструкция и сигнификация заменяются симуляцией – отсутствием смысла и внешней формы.

До недавнего времени дизайн-эпистема пользовалась открытием В. В. Кандинского, который утверждал, что «сама форма, даже если она совершенно абстрактна и подобна геометрической, имеет свое внутреннее звучание, является духовным существом с качествами,

которые идентичны с этой формой» [Кандинский, 2018, С. 83]. В настоящее время в дизайне используются упрощенные формы и цвета; звучание и оттенки формы и цвета, рождающие смыслы и эмоции, никого не интересуют.

Симуляция как акт заключается в бессмысленном использовании *невывразительных* элементов. Симуляция не приводит к образованию смысла, а является пустой игрой означающих.

Ж. Бодрийяр в книге «Симулякры и симуляция» раскрывает последовательные фазы эволюции образа: «...он отражает фундаментальную реальность; он маскирует и искажает фундаментальную реальность; он маскирует *отсутствие* фундаментальной реальности; он вообще не имеет отношения к какой бы то ни было реальности, являясь своим собственным симулякром в чистом виде» [Бодрийяр, 2016, С. 12].

Данная схема показывает логику развития дизайна как семиотической системы. Четвертый пункт оказался предвосхищением процессов симуляции в дизайне XXI века. Современный редизайн является образцовым примером акта симуляции в дизайне.

Является ли процесс симуляции в дизайне негативным итогом логики развития дизайна, открытый вопрос. Как писал И. В. Гёте, «насколько человек выделяется, настолько же охотно он любит теряться среди себе подобных» [Гёте, 2021, С. 93]. Однако тенденции в дизайне отражают те процессы, которые сегодня происходят в культуре в целом. Возможно, дальнейшее развитие дизайна будет связано с возвращением индивидуальности и смысловой наполненности.

Библиография

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр ; [пер. с фр. А. Качалова]. – М. : ПОСТУМ, 2016. – 240 с.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр ; [пер. с фр. С. Н. Зенкина]. – М. : РИПОЛ классик, 2020. – 256 с. – (Фигуры Философии).
3. Гёте, И.В. Учение о цвете / Иоганн Вольфганг Гете ; [перевод с немецкого В. О. Лихтенштадта]. – Москва : Издательство АСТ, 2021. – 256 с. – (Эксклюзивная классика).
4. Гиренок Ф.И. Клиповое сознание / Ф.И. Гиренок. – М.: Проспект, 2021. 256 с.
5. Грибер Ю.А. Геронтолингвистика цвета: обзор исследований // Litera. – 2020. – № 5. – С. 79 - 99. DOI: 10.25136/2409-8698.2020.5.32890 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=32890
6. Кандинский В.В. О духовном в искусстве. Ступени. Текст художника. Точка и линия на плоскости / Василий Кандинский; пер. с нем. Н.И. Дружковой. – Москва: Издательство АСТ, 2018. – 384 с.
7. Суджич Д. Язык вещей / Д. Суджич. [пер. с англ. М. Коробочкин]. – М. : Strelka Press, 2013. – 240 с.
8. Muratovski G. Research for designers: A guide to methods and practice. – 2021.
9. Macenski S. et al. Robot Operating System 2: Design, architecture, and uses in the wild //Science robotics. – 2022. – Т. 7. – №. 66. – С. eabm6074.
10. Childs P. Modernism. – Routledge, 2016.

Transformation of the design function: from signification to simulation

Aleksandra V. Pankratova

PhD in Philosophy, Associate Professor,
Head of the Department of Design,
National Research University – Moscow Power Engineering Institute,
111250, 4, Krasnokazarmennaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: PankratovaAIV@mpei.ru

Abstract

The object of the research is design in the context of current culture. The subject of the research is the transformation of the semiotic design system in nowadays. The purpose of the study is to show how the logic of the historical development of the design phenomenon currently leads to a change in design functions. The main research method is semiotic analysis. The conclusion of the study is that design, as it develops, ceases to engage in signification as its main function. Currently, simulation is becoming the main function of design. Initially, the design functions are identification and navigation, both functions are associated with the use of motivated signs. Pictorial motivated signs in design (index signs and iconic signs) are being replaced by a simulacrum sign. The replacement of signification by simulation in design is shown in the article using examples from the actual visual environment. The main example of simulation in design in this article is the practice of redesign in the "flat" style: design changes are associated with a decrease in meaning and imagery. This transformation is not determined solely by the nowadays cultural situation, but is embedded in the design episteme itself, which was formed during the period of modernism under the influence of secular culture and the ideology of the emerging consumer society.

For citation

Pankratova A.V. (2024) Transformatsiya funktsii dizaina: ot signifikatsii k simulyatsii [Transformation of the design function: from signification to simulation]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (1A), pp. 186-192. DOI: 10.34670/AR.2024.99.78.023

Keywords

Design, culture, modernism, international design, flat design, signification, simulation, simulacrum, sign, redesign, semiotics.

References

1. Baudrillard J. (2016). *Simulacra and simulation*/ M.: POSTUM.
2. Baudrillard J. (2020). *The system of things*. M.: RIPOLL classic.
3. Goethe, I.V. (2021). *The doctrine of color*. M: AST Publishing House.
4. Girenok F.I. (2021). *Clip consciousness*. M.: Prospekt.
5. Griber Yu.A. (2020). *Gerontolinguistics of color: a review of research*. *Litera*, 5, 79-99. DOI: 10.25136/2409-8698.2020.5.32890 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=32890
6. Kandinsky V.V. (2018). *About the spiritual in art. Steps. The artist's text. A point and a line on a plane*. Moscow: AST Publishing House.
7. Sudjic D. (2013). *The language of things*. M.: Strelka Press.
8. Muratovski, G. (2021). *Research for designers: A guide to methods and practice*.
9. Macenski, S., Foote, T., Gerkey, B., Lalancette, C., & Woodall, W. (2022). *Robot Operating System 2: Design, architecture, and uses in the wild*. *Science robotics*, 7(66), eabm6074.
10. Childs, P. (2016). *Modernism*. Routledge.