А.В. ПАНКРАТОВА
Доцент, зав. кафедрой дизайна Национального исследовательского университета «МЭИ»
e-mail: sashaoscar@mail.ru

A.V. PANKRATOVA
Assistant professor, head of the department of design of the National Research University «Moscow Power Engineering Institute»
e-mail: sashaoscar@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2022_3_2_174_181

ЗАМЕНА СИГНИФИКАЦИИ СИМУЛЯЦИЕЙ В ДИЗАЙНЕ

REPLACING SIGNIFICATION WITH SIMULATION IN DESIGN

В статье рассматриваются трансформации смыслообразования, которые происходят в дизайне благодаря логике его исторического развития. Феномен дизайна, развиваясь, перестает осуществлять процесс сигнификации (означивания) и меняет его на процесс симуляции. Замена процесса сигнификации актом симуляции рассмотрена на примере современного редизайна.

The article examines the transformations of meaning formation that occur in design due to the logic of its historical development. The phenomenon of design, developing, ceases to carry out the process of signification (signification) and changes it to the process of simulation. The replacement of the signification process by the act of simulation is considered on the example of a modern redesign.

Ключевые слова: сигнификация, симулякр, означающее, означаемое, знак, дизайн, редизайн.
Keywords: signification, simulacrum, signifier, signified, sign, design, redesign.

Современная ситуация в дизайне является результатом логики развития дизайна как культурного феномена. Дизайн не является статичным феноменом, а меняется как развивающаяся семиотическая система.

Можно говорить о существовании дизайн-эпистемы — системы логических связей и принципов мышления, принципов создания и использования знаков в дизайне.

Дизайн как социальная практика оформился в эпоху модернизма. Именно в эпоху модернизма и сформировалась дизайн-эпистема — система мышления и логических связей в теории и практике дизайна.

Модернизмом принято считать магистральную линию в искусстве и в дизайне первой половины XX века — группы художественного авангарда и первые школы дизайна — Баухауз и ВХУТЕМАС. При всем кажущемся разнообразии стилей и направлений модернизм идеологически достаточно монолитен и однороден.

На первый взгляд, общим кажется поиск новых материалов и средств выражения, поиск нового языка искусства. Но важнее для модернизма идеологический фундамент, который сводится следующему: радикальный разрыв с прошлым, отказ от религии, от любых трансцендентных смыслов, вера в прогресс и науку, устремленность в будущее и — главное — вера в утопическую идею равенства для всех, отказ от иерархии. Именно желание всеобщего равенства детерминирует все стилистические особенности искусства и дизайна модернизма и авангарда.

Дизайн модернизма принципиально социален, это его идеологическая особенность. Но «социальное стремится к упорядоченности, к однообразию, антропологическое — к хаосу множественности, к разнообразию» [4, с. 93], поэтому модернизм однообразен, показательно ориентирован на всех, а значит — ни на кого конкретно.

Отрицание идеи иерархии, в том числе эстетической, ведет к отрицанию ценности прошлого, религии, канонов и профессионального качества в искусстве, кроме того, начинает доминировать идея о том, что для счастья всем достаточно одного и того же. Так появляется идея интернационального, или наднационального, дизайна, на которой строится весь модернизм.

Интернациональный дизайн — это представление о том, что средствами дизайна можно избавиться от неравенства, так как, если все люди будут существовать в одинаковой предметной среде, никаких социальных противоречий не останется.

Традиционная культура, культура до модернизма, была, в основном, логоцентрической и вертикально ориентированной. Фундаментом Европейской культуры до эпохи модернизма было христиан-

ство. Человек христианской парадигмы живет не для потребления, цель жизни в христианстве — вообще вне мира вещей.

Отсюда становится понятным, что принципиальная материалистичность модернизма — это не эстетический и моральный выбор, а позиция, которая удобна для формирования общества потребления. Если никакой вне-мирной реальности не существует, то единственной целью бытия становится комфортное существование в мире вещей. Такой мир просто создан для дизайнеров.

Об этом пишет и Ж. Бодрийяр: «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» [1, с. 121].

В модернизме произошел переход от вертикально ориентированного мышления к мышлению принципиально материалистическому.

Дизайн-эпистема сложилась как материалистическая система мышления, оперирующая знаками без трансцендентного означаемого.

Такая система мышления с необходимостью дрейфует в сторону отсутствия смысла, симуляции бытия.

Именно поэтому дальнейшее развитие истории дизайна связано с появлением симулякров третьего и четвертого порядка, последовательно нивелирующих реальность.

Сложившись в эпоху модернизма, дизайн-эпистема оказалась системой, чертами которой являются принципиальная материалистичность и отказ от трансцендентных смыслов. Данная система начала с оперирования знаками-индексами, то есть знаками, в которых означаемое и означающее связано условным сходством. Дальнейшее развитие дизайн-эпистемы шло в сторону симуляции бытия, так как отсутствие трансцендентного означаемого ставит под сомнение наличие означаемого вообще.

В дизайн-эпистеме сам человек оказывается абстракцией, симуляцией: «Перед лицом функциональной вещи он оказывается дисфункционален, иррационально-субъективен; отныне он — пустая форма» [2, с. 76–77].

Таким образом, дизайн-эпистема оперирует новым типом знаков — знаком-симулякром. Симулякр становится основным типом знаков в эпоху постмодерна, то есть следующий этап истории дизайна связан с переходом на новый тип знаков, причем данный переход является для дизайн-эпистемы не революционным скачком, а развитием логики модернизма.

Примером знака-симулякра в дизайне является современная мода на стилистику оверсайза, которая уравнивает все виды фигуры человека. Бесформенная одежда всех делает одинаково громоздкими. Современная мода старается быть максимально демократичной, люди носят спортивные костюмы вне спортивного зала, огромные безразмерные худи, и все это постулируется как «удобное», но на деле лишает человека индивидуальности, личных запросов, уравнивает всех. В данной модной тенденции очень явственно прочитывается деконструкция эстетической иерархии: человек одевается не для того, чтобы подчеркнуть свои достоинства, не для того, чтобы быть красивым. Красота вообще становится факультативным свойством одежды: в мире, где все равны, красота не нужна.

Одинаковость и равенство — это означаемое. Означающее в современном дизайне одежды — отсутствие формы, цвета и силуэта, то есть отсутствие знака, знак-симулякр.

Приведем другой пример симулякра в дизайне. Любое креативное городское пространство сегодня также выполняется в одинаковой стилистике. Сегодня города преобразуются, из старых заводов создаются места притяжения, общественные пространства. В таких местах собираются творческие люди, проводятся выставки, мастер-классы, создаются фудкорты. Но дизайнерская особенность таких мест заключается в том, что все они очень похожи между собой. Несмотря на то, что данные места относятся к разным городам, создаются на местах с различной историей, все равно, стилистически городские креативные пространства сегодня максимально похожи одно на другое. Декорирование, стилизация, тематическая направленность, которая могла бы маркировать место, сегодня игнорируются дизайнерами.

В приведенных примерах видно, что в современном дизайне предпочтение отдается не выражению, высказыванию, а отсутствию высказывания.

Изначальными функциями дизайна являлись навигация и идентификация. Эти функции реализовывались актом сигнификации — обозначения, создания знака. Например, фирменный стиль строился как система знаков, прочитывая которую, потребитель идентифицировал организацию. Или система знаков навигации в определенной среде помогала реципиенту, который прочитывал сообщение дизайнера, правильно определить дорогу.

В современном дизайне, который постепенно переходит на использование знаков-симулякров, происходит трансформация акта сигнификации в акт симуляции, то есть вместо образования смысла дизайнерская воля просто продуцирует игру означающих, за которой нет никакого референта. При этом и форма означающих также минималистична и невыразительна, означающие сами сводятся к нулю (симулякр четвертого порядка).

Еще недавно о дизайне 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 — за счет цвета, формы, размера и визуальных отсылок» [7, с. 57]. Сегодня дизайн, наоборот, стирает пол, возраст, любые различия, даже ценность вещи. Стираются явные дизайнерские знаки, отличающие вещь из масс-маркета от эксклюзивной модели известного автора.

Ярким примером такой замены акта сигнификации актом симуляции в дизайне является практика редизайна.

Редизайн — это достаточно распространенная в дизайне практика обновления существующего дизайна с целью соответствовать современным тенденциям и оживить внимание потребителей.

Изначально практика редизайна была полноценным актом сигнификации. Например, при редизайне периодических изданий дизайнер убирал лишние графические элементы, вычищал элементы, которые делают издание таким же, как все остальные, создавал логотип с выраженным смыслом, который выделял издание из ряда подобных.

Примером редизайна как акта сигнификации является обновление айдентики Билайна, которое было осуществлено примерно двадцать лет назад студией А. Лебедева. Синий фирменный цвет был заменен на белый фон, на котором четко выделялся логотип — черно-желтый круг. Логотип в обновленном фирменном стиле является знаком-индексом, намеком на пчел и соты, что обозначает сотовую связь.

В настоящее время в дизайне так не делают. Начиная с 2010 года, большая часть интернет-контента и графического дизайна перешла на использование стилистики плоского дизайна. Практически все компании сделали редизайн в данной стилистике. Редизайн заключался в уплощении означающих. Дизайнеры последовательно убирали объем из всех графических элементов.

При переходе на стилистику плоского дизайна аргументация дизайнеров строится, в основном, на том, что в настоящее время, при перегруженности визуальной информацией, реципиенту удобнее и проще воспринимать более упрощенные изображения.

Разумеется, данное заключение не подтверждается никакими научными исследованиями. Напротив, снижение контраста, характерное для плоского дизайна, плохо воспринимается пожилыми потребителями, так как «с возрастом происходят неизбежные физиологические изменения тканей и органов, участвующих в цветовом зрении» [5].

В 2018–2022 годах редизайн всех крупных сервисов продолжился. Свои интернет-ресурсы обновили Сбербанк, РЖД, Вконтакте. Редизайн всегда заключался в одном и том же — максимальное избавление от цвета и элементов. Новейшее обновление сайта Mail.ru выглядит так, как будто сайт не загрузился полностью. Дизайнеры настолько избавляются от всего «лишнего», что основные функции дизайна — идентификация и навигация — давно потеряны.

Самое показательное проявление редизайна в современности еще более любопытно. Редизайн заключается в легком изменении начертания шрифта или логотипа. Причем, изменение не содержит никакого смысла, становится не лучше или хуже, а немного по-другому.

Так, например, Яндекс обновил свой логотип, слегка изменив пропорции шрифта. Шрифт стал менее выразительным, более обычным, то есть дизайнер нивелировал единственное отличие, которое было в айдентике — вертикальную вытянутость шрифта.

Гугл также совершил акт симуляции редизайном. Цвета логотипа стали немного более приглушенными, снизился контраст, и разница между площадями цветов стала не такой заметной, то есть дизайнер сделал все, чтобы логотип остался таким же, но менее выразительным.

Таким образом, современный дизайн занят игрой означающих, не только без отсылок к означаемому, но даже без попытки сделать различие, вариации, то есть сам акт создания смысла нивелируется.

В эпоху постмодерна создание смысла заменило разрушение смысла — деконструкция. В наши дни деконструкции уже не происходит, потому что смысл не подразумевается изначально. И сигнификация (означивание), и деконструкция заменяются симуляцией.

На заре эпохи модернизма В.В. Кандинский обосновал будущую работу семиотической системы дизайна с абстрактной формой:

«Сама форма, даже если она совершенно абстрактна и подобна геометрической, имеет свое внутреннее звучание, является духовным существом с качествами, которые идентичны с этой формой» [6, с. 83]. Сегодня дизайнеры не смотрят на звучание формы, практически все известные фирмы и организации получили редизайн в примерно одинаковой стилистике: упрощенные формы шрифтов, отсутствие засечек, избавление от фона и контрастных форм.

Симуляция как дизайнерское действие, как акт, заключается в пустом перебирании невыразительных элементов. Данный акт не ведет к образованию смысла, а является пустой игрой пустых означающих.

В работе «Симулякры и симуляция» Ж. Бодрийяр называет 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» [1, с. 12]. Эта схема описывает логику развития семиотической системы дизайна. Четвертый пункт оказался пророческим предсказанием процессов симуляции в современном дизайне. Продукты современного редизайна — это симулякры в чистом виде, и создание данного контента является образцовым примером акта симуляции в дизайне.

Нельзя сказать, что процесс симуляции является отрицательным итогом логики развития дизайна. Как заметил еще И.В. Гёте, «насколько человек выделяется, настолько же охотно он любит теряться среди себе подобных» [3, с. 93]. Скорее, можно сделать вывод о том, что на данном историческом этапе дизайн отражает определенные тенденции культурно-исторического развития общества, и, вероятно, следующий этап истории дизайна будет диалектическим отрицанием предыдущего и развитием в сторону наполненности смыслом и индивидуализацией.

Список литературы:

1. *Бодрийяр Ж.* Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр; перевод с французского А. Качалова. — Москва: ПОСТУМ, 2016. — 240 с.

2. *Бодрийяр Ж.* Система вещей / Ж. Бодрийяр; перевод с французского С.Н. Зенкина. — Москва: РИПОЛ классик, 2020. — 256 с. — (Фигуры Философии).

3. *Гёте И.В.* Учение о цвете / Иоганн Вольфанг Гете; перевод с немецкого В.О. Лихтенштадта. — Москва: АСТ, 2021. — 256 с. — (Эксклюзивная классика).

4. *Гиренок Ф.И.* Клиповое сознание / Ф.И. Гиренок. — Москва: Проспект, 2021. — 256 с.

5. *Грибер Ю.А.* Геронтолингвистика цвета: обзор исследований // Litera. — 2020. — № 5. — С. 79–99. — URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=32890» (Дата обращения: 02.09.2022).

6. *Кандинский В.В.* О духовном в искусстве. Ступени. Текст художника. Точка и линия на плоскости / Василий Кандинский; перевод с немецкого Н.И. Дружковой. — Москва: АСТ, 2018. — 384 с.

7. *Суджич Д.* Язык вещей / Д. Сужич; перевод с английского М. Коробочкина. — Москва: Strelka Press, 2013. — 240 с.