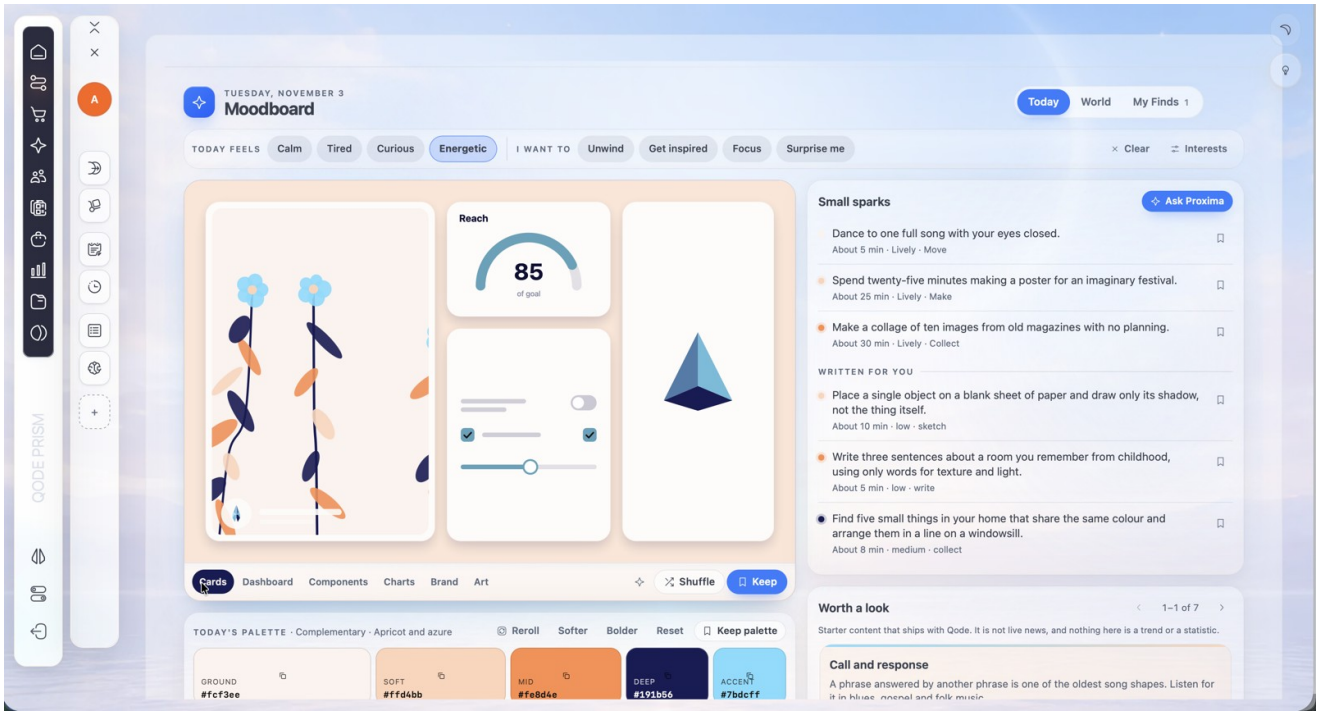
Искусство убирать лишнее

AirQode · 8 ноября 2026 г.

Читать онлайн: https://piripiri.app/read/airqode/the-art-of-removing-the-excess/

Почему иногда несколько цветных кружочков могут рассказать о дизайне больше, чем великолепная фотография? История одного рабочего приёма, который спустя двадцать лет превратился в исследовательскую гипотезу и нашёл своё место в Qode Prism.



Представьте красивый интерфейс. Выверенные пропорции, гармоничные цвета, аккуратная типографика, идеальные отступы. А теперь представьте, что вместо великолепных фотографий и дорогих иллюстраций в нём находятся странные домики, кривоватые цветы и разбросанные геометрические фигуры.

Картинки, которые, кажется, мог нарисовать ребёнок.

Не самое убедительное начало для рассказа о хорошем дизайне, правда?

Но меня уже довольно давно занимает один вопрос: что именно делает визуальную композицию красивой? Сами объекты, которые в ней находятся, или отношения между ними? И можем ли мы оценить качество дизайна, если намеренно лишим его привлекательного содержимого?

Мы привыкли воспринимать красоту как свойство изображённых вещей. Великолепный морской пейзаж делает привлекательнее сайт туристического агентства. Профессиональная фотография украшает каталог. Эффектный рендер создаёт ощущение дорогого продукта ещё до того, как человек разобрался, что ему вообще предлагают.

Всё это работает. Но здесь есть любопытная ловушка: иногда мы восхищаемся не дизайном, а фотографией, которую дизайнер удачно в него поместил.

Я называю обратный подход **семантическим вычитанием — Semantic Subtraction.** Это наше рабочее название метода, а не попытка выдать собственное наблюдение за новую научную теорию.

Его смысл — намеренно уменьшить содержательную насыщенность изображения, чтобы на первый план вышли цвет, форма, пропорции, ритм и пространственные отношения. Иначе говоря, убрать часть того, о чём изображение рассказывает, и посмотреть, что останется от его визуальной организации.

> *Иногда, чтобы увидеть красоту композиции, нужно сначала убрать из неё красивые вещи.*

К этому выводу я пришёл довольно давно, хотя первоначально он не имел никакого отношения к когнитивистике. Вопрос был куда прозаичнее: как быстрее закончить работу и не сойти с ума в процессе.

Я с детства увлекался рисованием. Ходил в художественную школу, занимался живописью, графикой, скульптурой. В России художественная школа — это обычно дополнительное образование, а не институт искусств. Но она даёт замечательную возможность разобраться в теории и часами работать руками, изучая форму, свет, объём, перспективу и материал.

Мне нравилось это ощущение, когда ты начинаешь с совершенно бесформенного куска глины, а спустя несколько часов перед тобой возникает вполне узнаваемый предмет. Или когда на чистом листе бумаги появляются первые линии и ты вдруг понимаешь, что изображение уже существует — пока только в голове, но совершенно отчётливо.

Профессионально заниматься дизайном я начал значительно позже, примерно в 2006 году, ещё будучи студентом. Подрабатывал дизайнером, занимался IT, делал иллюстрации для книг, логотипы, сайты и элементы фирменного стиля. Моё университетское образование развивалось в других направлениях, и со временем к дизайну добавился маркетинг. К концу 2000-х эти две области уже настолько переплелись в моей работе, что разделять их стало довольно бессмысленно.

В то время интернет ещё не был бесконечным складом готового визуального контента. Изображения, конечно, существовали, но найти подходящее, качественное и пригодное для коммерческого использования иногда оказывалось отдельным приключением. Особенно если ты пока только разрабатываешь концепцию и даже не знаешь, что именно в итоге понадобится.

И вот я придумал себе довольно примитивный способ не тратить на это время.

Просто рисовал прямоугольники, кружочки, треугольники, линии и цветные пятна.

Большой серый прямоугольник здесь. Пара синих кругов там. Длинная горизонтальная полоса, немного свободного пространства, ещё один акцент.

А моё воображение тем временем уже дорисовывало совершенно другие вещи: горные пейзажи, оживлённые бары, улицы европейских городов, красивую архитектуру, интерьеры, залитые солнцем террасы.



Я прекрасно понимал, что должно находиться на месте каждой фигуры. Видел будущую композицию и мог оценивать её ещё до появления реальных изображений.

Забавно, но это оказалось настоящим облегчением. Мне больше не нужно было прерывать работу и искать фотографию, чтобы принять простое решение о расположении элементов.

Содержимое появлялось позже.

В какой-то момент я заметил, что такие макеты иногда выглядят удивительно хорошо сами по себе. Ни дорогих фотографий, ни сложных иллюстраций — просто несколько цветных фигур. Но стоило правильно подобрать пропорции, расстояния и контраст, как возникало ощущение законченной композиции.

Это не была какая-то великая художественная находка. Подобными вещами дизайнеры занимались задолго до моего рождения. Однако для меня это стало важной частью рабочего процесса и постепенно повлияло на собственный визуальный почерк.

Мне нравилась простота. Особенно когда за ней скрывалась хорошо продуманная система.

Около 2016 года мы с Вовой основали **PCH** (который впоследнствии мы преобразуем в **AirQode**). И, вопреки тому, что можно предположить по названию, начинали мы вовсе не с цифровых технологий.

Нашей первой продукцией были бытовая химия и косметика из Азии. Настоящие физические товары, с поставщиками, упаковками, этикетками, логистикой и огромным количеством скучной, но необходимой работы. Сайты мы тоже делали — сначала преимущественно для себя, иногда брали небольшие заказы на аутсорс. Полностью в цифровую сферу перешли немного позже.

В какой-то период я управлял ассортиментной матрицей примерно **из пятисот позиций**.

Пятьсот товаров, каждому из которых нужны этикетка, карточка интернет-магазина, каталог, рекламные материалы. И всё это должно быть не просто симпатичным, а согласованным между собой.

Тут мои старые кружочки снова пригодились. Мы могли довольно быстро разрабатывать визуальные концепции, проверять их на простых формах и распространять удачные решения на целые группы продуктов.

Работа с Вовой добавила к дизайнерскому мышлению сильный практический компонент. Мы могли сколько угодно обсуждать, насколько красива очередная этикетка, но если для каждой новой позиции требовалось заново изобретать всю систему, это был плохой подход. Даже если результат выглядел великолепно.

С тех пор меня всё больше занимал не отдельный объект, а закономерности, благодаря которым множество объектов могут существовать согласованно.

В 2017 году я всерьёз погрузился в UI/UX, а вместе с ним — в исследования человеческого восприятия. В какой-то момент стало ясно, что одних знаний о композиции, типографике и интерфейсных паттернах мне недостаточно.

Почему один интерфейс кажется понятным почти мгновенно, а другой приходится изучать? Почему некоторые визуальные решения приятны, хотя в них нет ничего особенно красивого? Что происходит с вниманием человека, когда перед ним одновременно появляется слишком много информации?

Параллельно я всё больше интересовался психологией в целом. Это совпало с довольно непростым периодом моей жизни, когда интерес к устройству человеческого сознания перестал быть исключительно профессиональным.

Мне хотелось понять, почему мы иногда теряем способность сосредоточиться, почему интересная работа внезапно перестаёт приносить удовольствие, почему идеи возникают в самые неожиданные моменты. И насколько наше мышление вообще зависит от среды, которую мы вокруг себя создаём.

Одной из книг, оказавших на меня огромное влияние, стал «Поток» Михая Чиксентмихайи.

Мне понравилось, что он рассматривал вовлечённость не как героическое преодоление себя, а как особое состояние, возникающее при определённых условиях. Ясная цель, обратная связь, соответствие сложности задачи возможностям человека — всё это влияет на вероятность того, что мы сможем глубоко погрузиться в деятельность.

И я вспомнил собственные прототипы.

Когда мне требовалось придумать сайт, а я вместо этого часами искал подходящие фотографии, я, по сути, занимался другой задачей. Иногда необходимой, но далеко не самой важной на текущем этапе. Кружочки и прямоугольники позволяли убрать это препятствие и продолжить работу над самой концепцией.

Конечно, отсутствие красивой картинки не гарантирует состояние потока. И вообще, «Поток» — не руководство по подбору фотографий для сайтов. Но книга заставила меня задуматься о том, сколько совершенно ненужных усилий мы расходуем ещё до того, как приступаем к главному.

> *В одном случае мы создаём условия для глубокой концентрации. В другом — позволяем мысли свободнее перемещаться между ассоциациями. Хорошая среда должна оставлять человеку возможность и для того, и для другого.*

Позднее мне попалось немало исследований, которые помогли точнее сформулировать эти наблюдения.

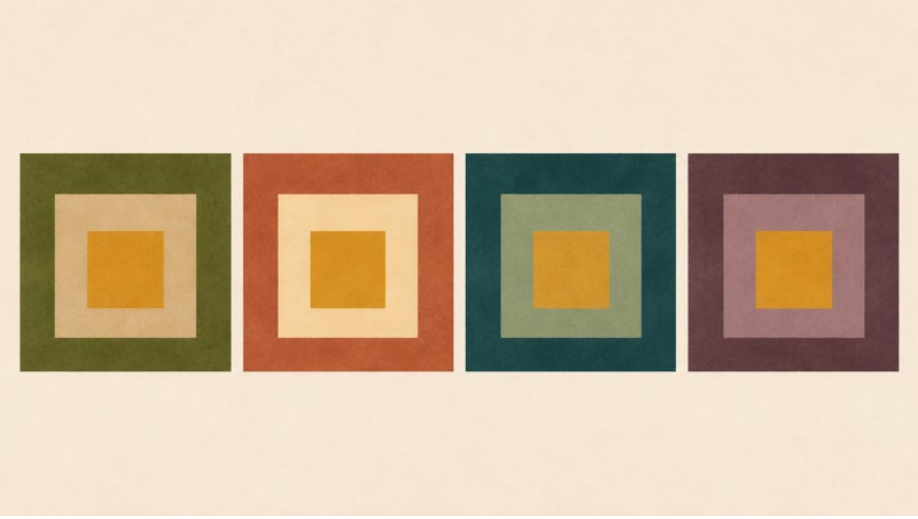
Например, в 2004 году Рольф Ребер, Норберт Шварц и Пётр Винкельман опубликовали работу Processing Fluency and Aesthetic Pleasure. Они предложили рассматривать эстетическое удовольствие в том числе через лёгкость обработки воспринимаемого объекта — *processing fluency*.

Симметрия, повторяемость, контраст, узнаваемость, структурная регулярность могут влиять на то, насколько легко наш мозг воспринимает изображение. А лёгкость обработки, в свою очередь, способна способствовать положительной эстетической оценке.

Разумеется, это не значит, что всё симметричное обязательно красиво, а всё сложное — некрасиво. В искусстве полно замечательных исключений. Но мне была интересна сама идея: красота частично связана с тем, как мы воспринимаем объект, а не только с его объективными свойствами.

Другую важную подсказку я нашёл в наследии Йозефа Альберса, художника и преподавателя Баухауса. Его книга *Interaction of Color*, впервые опубликованная в 1963 году, посвящена относительности восприятия цвета.

Альберс использовал удивительно простые геометрические формы, чтобы показывать, как один цвет изменяет наше восприятие другого. В его знаменитой серии *Homage to the Square* квадраты становятся практически лабораторией взаимодействия цветовых полей.



Представьте, что десятилетиями можно работать с одной геометрической формулой и продолжать открывать в ней новые отношения.

Меня в этом восхищает не столько минимализм, сколько дисциплина исследования.

Когда сама форма достаточно проста, становится легче замечать то, ради чего был поставлен эксперимент.

В 2011 году Карен Шлосс и Стивен Палмер опубликовали исследование эстетических реакций на сочетания цветов. Они показали, что оценка гармоничности цветовой пары и привлекательности одного цвета на фоне другого — не одно и то же.

Это знакомо любому дизайнеру на практике. Какой-нибудь коралловый цвет может быть прекрасным акцентом на тёмно-синем фоне и совершенно иначе восприниматься на светло-лавандовом. И дело не в том, что один из этих цветов внезапно стал плохим.

Изменились отношения.

Пожалуй, именно это слово лучше всего описывает то, что я столько лет пытался поймать в своих прототипах.

Мы воспринимаем не просто вещи. Мы воспринимаем отношения между ними.

Но затем возникает другой вопрос: что происходит, когда сами вещи начинают слишком настойчиво требовать нашего внимания?

В 2017 году Джон Хендерсон и Тейлор Хейз опубликовали в *Nature Human Behaviour* исследование Meaning-based guidance of attention in scenes as revealed by meaning maps.

Они изучали, как смысловая значимость отдельных областей изображения влияет на движения глаз. Результаты показали, что внимание человека в естественных сценах тесно связано с их семантическим содержанием — зачастую сильнее, чем можно объяснить только яркостью, контрастом и другими низкоуровневыми визуальными характеристиками.

Это важное различие.

Человек смотрит на фотографию не только потому, что какие-то участки изображения ярче остальных. Он пытается понять, что происходит, узнаёт объекты, ищет значимые детали.

Фотография красивого бара может вызвать воспоминания о путешествиях, встречах с друзьями, любимом городе. Это замечательно, если мы хотим вызвать эмоцию или рассказать историю. Но если наша цель — исследовать расположение элементов в макете, всё это становится дополнительным содержанием, которое может конкурировать за внимание.

Я не утверждаю, что исследование Хендерсона и Хейза доказывает эффективность моих кружочков. Оно вообще посвящено другой экспериментальной задаче.

Но оно помогло сформулировать интересную гипотезу.

Если смысл изображения участвует в распределении внимания, возможно, временное уменьшение его смысловой насыщенности позволит лучше исследовать другие свойства визуальной системы.

Так постепенно и оформилось то, что сегодня мы называем семантическим вычитанием.

В психологии обучения есть ещё один термин, который мне особенно нравится, — *seductive details*, или «соблазнительные подробности».

Это интересные, привлекательные, но несущественные элементы учебного материала. Они могут украшать объяснение, не помогая понять его содержание.

В 1998 году Шеннон Харп и Ричард Майер провели четыре эксперимента с участием 357 студентов. Студенты, получавшие материалы с такими подробностями, в исследованных условиях хуже запоминали основные идеи и справлялись с заданиями на применение знаний.

Мне нравится, что это исследование заставляет усомниться в довольно популярном дизайнерском убеждении: если мы сделаем материал интереснее, он автоматически станет полезнее.

Не обязательно.

Иногда интересное мешает важному.

Это не повод выбросить из учебников иллюстрации, а из интерфейсов — фотографии. Это повод внимательнее относиться к тому, какую задачу выполняет каждый элемент.

Примерно в тот же период моей жизни мы с Вовой начали всерьёз задумываться и о том, как подобные принципы применить к бизнес-процессам.

Около 2020 года у нас появилась концепция **IMEC — Improve, Model, Execute, Control.**

Нам нужен был простой, понятный руководителям фреймворк, который помогал бы переводить сложившиеся команды клиентов на новые способы работы.

Задача была непростой. Люди привыкли к существующим процессам, даже если те давно перестали быть эффективными. А новая технология сама по себе не убеждает человека изменить привычки. Можно купить великолепное программное обеспечение и продолжить работать ровно так же плохо, как раньше, только за гораздо большие деньги.

Мы хотели предложить другой подход.

И, пожалуй, именно здесь особенно ярко проявился наш с Вовой характер.

Потому что философия IMEC получилась довольно хулиганской.

Мы смешали стоицизм, восходящий к Зенону Китийскому, японский кайдзен, дзен-философию и киберпанк.

Да, киберпанк.

В результате получился вполне практический управленческий метод с несколько неожиданными философскими родственниками.

Из стоицизма нас интересовала дисциплина суждений и ответственность за собственные действия. Из кайдзен — непрерывное совершенствование, при котором изменения становятся частью повседневной работы, а не грандиозным событием раз в пять лет. Из дзен — внимание к происходящему, умение замечать лишнее и не усложнять то, что может оставаться простым.

Киберпанк добавил к этой смеси дерзость, без которой она, наверное, была бы слишком академичной.

Мы не видели в технологиях ни спасителя человечества, ни его неизбежного разрушителя. Нас интересовало, как технология меняет возможности людей и целых организаций, перераспределяет влияние, создаёт новые способы взаимодействия.

> *Технология не обязана быть добром или злом. Она становится продолжением человеческих возможностей, а последствия её использования зависят от целей, власти, ограничений и ответственности.*



Получилась немного пацанская, местами даже нахальная философия: древние представления о мире, восточные практики, производственный прагматизм и технологический футуризм.

Но нам не требовалось создавать очередную красивую корпоративную идеологию. IMEC должен был помогать принимать решения и улучшать реальные процессы.

И здесь обнаружилось ещё одно сходство с дизайном.

Невозможно осмысленно улучшать систему, не разобравшись сначала, как она устроена. А чтобы увидеть её устройство, часто требуется временно отвлечься от деталей, которыми она перегружена.

Это не значит, что детали не важны.

Просто всему своё время.

Спустя несколько лет этот принцип оказался очень близок философии Qode Prism.

Когда мы начали развивать Prism, мне всё меньше хотелось создавать ещё один продукт, существующий исключительно ради продуктивности. Ещё одну систему, которая напоминает человеку о невыполненных задачах, измеряет его эффективность и требует постоянной активности.

Человек ведь не состоит из рабочих процессов.

Иногда мы сосредоточены. Иногда устаём. Иногда ищем вдохновение, а иногда просто хотим сохранить странную мысль, пришедшую в голову за завтраком.

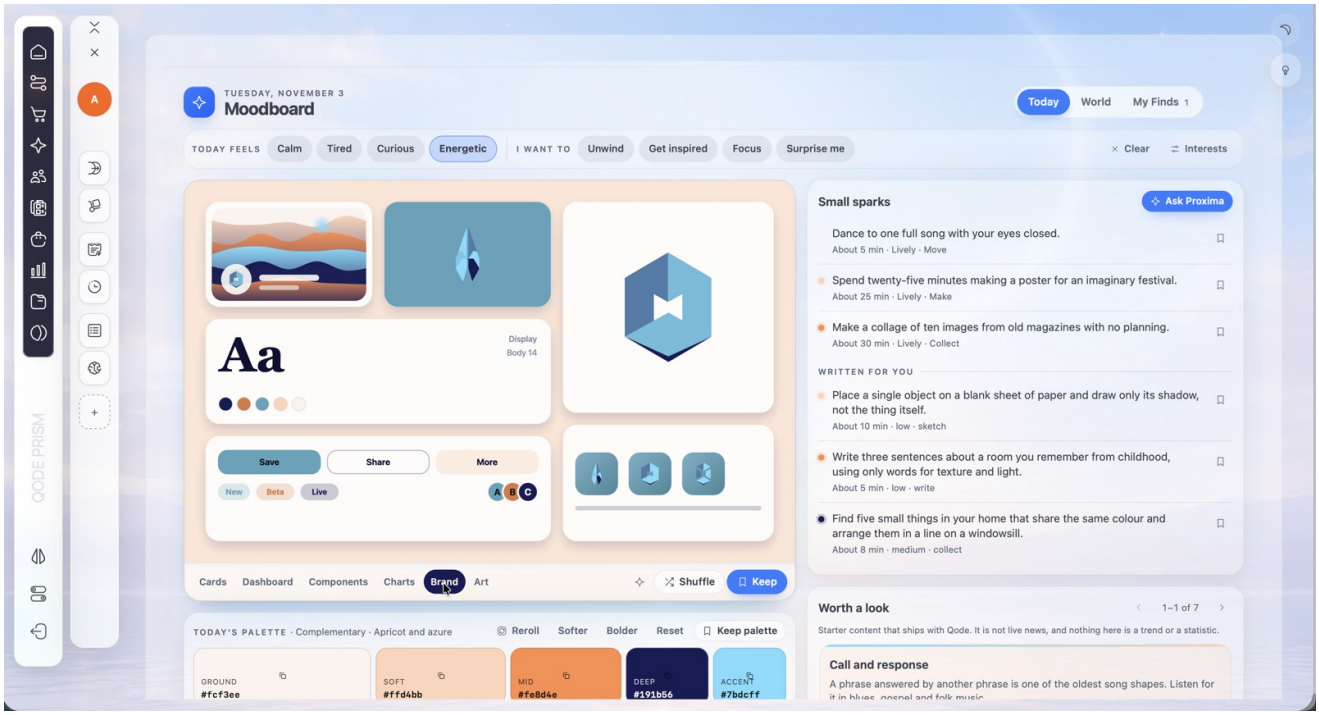
Мне всегда казалось немного несправедливым, что современные цифровые продукты умеют учитывать почти всё, кроме того, насколько человеку вообще хочется с ними взаимодействовать.

Искусственный интеллект, конечно, открыл здесь огромные возможности. Но вместе с ним появилась соблазнительная перспектива заполнять каждый свободный сантиметр экрана новым содержимым.

Ещё одна рекомендация. Ещё одна карточка. Ещё одно уведомление. Ещё одна прекрасно сгенерированная картинка.

А потом мы удивляемся, почему человек устал, хотя вроде бы ничего особенно сложного не делал.

Так появилась идея **Moodboard** — одного из элементов нашей когнитивной триады в Qode Prism.



Мы задумывали его как небольшое пространство для внимания, вдохновения и визуального исследования. Место, куда можно заглянуть без обязательства немедленно превратить увиденное в задачу, проект или коммерческий результат.

Выбрать настроение. Найти интересную палитру. Получить небольшую творческую подсказку. Сохранить находку, к которой захочется вернуться.

И вот здесь мои старые кружочки снова вернулись в дело.

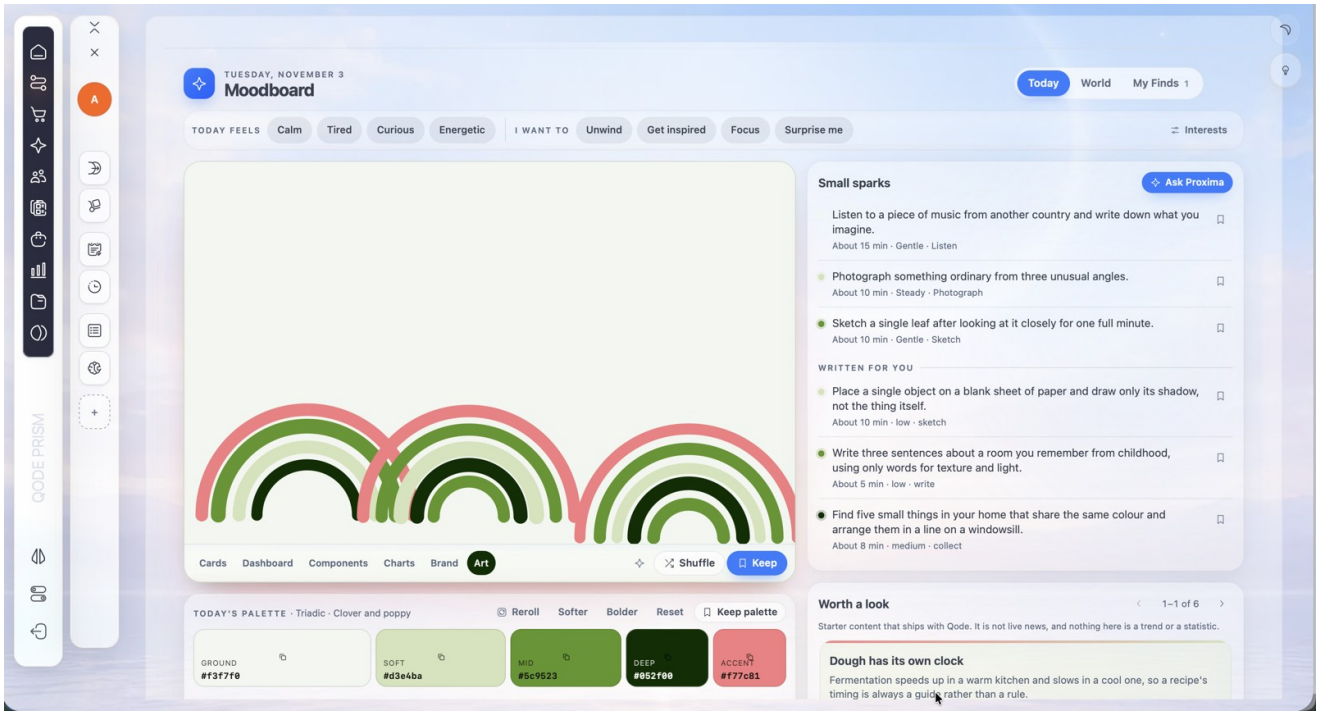
Только теперь они стали частью процедурного генератора композиций.

В Moodboard используются геометрические фигуры, цветные пятна, простые декоративные элементы, условные интерфейсные блоки. Изображения часто нарочито примитивны: домики, цветочки, полоски, непонятные геометрические конструкции.

По отдельности они не претендуют на звание произведений искусства. Некоторые вообще выглядят откровенно нелепо.

Но попробуйте поместить одни и те же элементы в разные визуальные системы.

На светлом фоне они могут выглядеть мягко и спокойно. На тёмно-синем — резко и выразительно. В строгой сетке карточек — технологично. В композиции из брендовых носителей — как вполне убедительная фирменная айдентика.



Меняется не столько содержимое, сколько способ его организации.

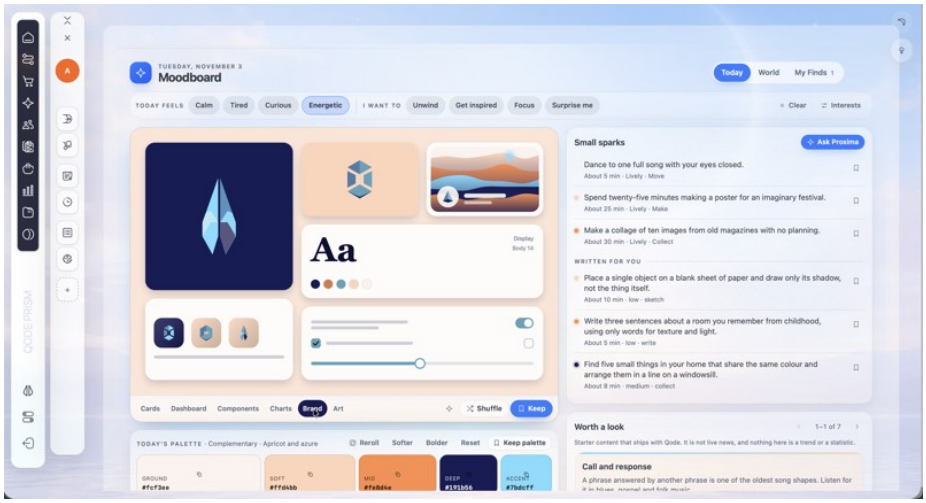
И именно это мне хотелось показать.

В 2024 году исследователи Нанькинского лесотехнического университета опубликовали работу The Effects of Layout Order on Interface Complexity: An Eye-Tracking Study for Dashboard Design.

Они изучали, как упорядоченность расположения элементов влияет на восприятие сложности интерфейсов и эффективность визуального поиска. Для этого исследователи упрощали реальные dashboard-интерфейсы, создавали экспериментальные варианты и отслеживали движения глаз участников.

Результаты показали, что более организованная компоновка может смягчать негативное влияние визуальной сложности. Причём значение имело не только количество объектов, но и их взаимное расположение.

Это особенно интересная для нас работа. Исследователи применяли абстрагирование, чтобы изучать структуру интерфейса, а не отвлекаться на случайные особенности его содержимого.



Конечно, было бы нечестно заявить, что теперь наука доказала пользу именно нашего Moodboard. Мы пока не проводили собственных контролируемых экспериментов, которые позволяли бы сделать такой вывод.

Но научная база даёт нам вполне обоснованные вопросы, на которые интересно искать ответы.

Будет ли пользователь лучше замечать отношения цветов, если убрать из композиции предметные изображения? Какие структуры воспринимаются более гармоничными? Как меняется визуальный поиск при одинаковом количестве элементов, но разных пропорциях и расположении? Можно ли создавать алгоритмы, которые помогают исследовать композицию, а не просто генерируют очередную красивую картинку?

На некоторые вопросы мы уже можем отвечать вычислительными методами. Для других потребуются пользовательские эксперименты, измерения и статистика.

И это меня по-настоящему увлекает.

Гораздо больше, чем возможность написать на главной странице, что наши алгоритмы «основаны на нейронауке».

Кстати, о нейронауке.

Есть одна вещь, которую я действительно ненавижу: когда слово «наука» используют как декоративную наклейку на маркетинговом продукте.

Особенно сейчас, когда огромное количество псевдонутрициологов обнаружило новое модное название — «биохакер».

Ещё вчера человек продавал сомнительные советы по питанию, а сегодня уже оптимизирует митохондрии, управляет нейромедиаторами и обещает раскрыть когнитивный потенциал организма.

Звучит значительно солиднее.

Хотя иногда это напоминает попытку накрыть собачье дерьмо красивой рождественской салфеткой и объявить его праздничным десертом.

Салфетка, конечно, может быть великолепной.

Но содержимое от этого не изменится.

Особенно меня умиляет магний, который некоторые биохакеры умудряются продавать чуть ли не как пищевую добавку к интеллекту.

Я ничего не имею против магния. Это важный минерал, участвующий в энергетическом обмене, работе мышц, нервной системы и множестве других физиологических процессов. Дефицит магния действительно может вызывать проблемы, и его коррекция бывает необходима.

Но между «необходим для нормальной работы организма» и «делает вас умнее» существует довольно большое расстояние.

В 2024 году в Advances in Nutrition вышел систематический обзор и метаанализ исследований магния и когнитивного здоровья взрослых. Авторы обнаружили всего три подходящих рандомизированных клинических исследования добавок и пришли к выводу, что имеющихся данных недостаточно для уверенных заключений об их влиянии на когнитивные способности.

Это не делает магний бесполезным.

Это делает необоснованными обещания, которых исследования пока не подтверждают.

Если человек не привык думать, баночка магния едва ли выполнит за него эту работу. А если благодаря рекламе он ещё и уверует в собственную интеллектуальную исключительность, ситуация может стать даже забавнее.

Я не против биохакинга как попытки рационально изучать собственную физиологию. Я против торговли наукообразными обещаниями под видом науки.

Именно поэтому мы не собираемся утверждать, что Qode Prism лечит депрессию, восстанавливает нейронные связи или превращает человека в гения благодаря правильно подобранному оттенку синего.

Мы хотим исследовать, как цифровая среда может помогать вниманию, творчеству и работе с информацией. По возможности — опираясь на проверяемые механизмы. Где данных недостаточно, нужно так и говорить.

Мне кажется, это гораздо честнее, чем бесконечно украшать продукт научными терминами.

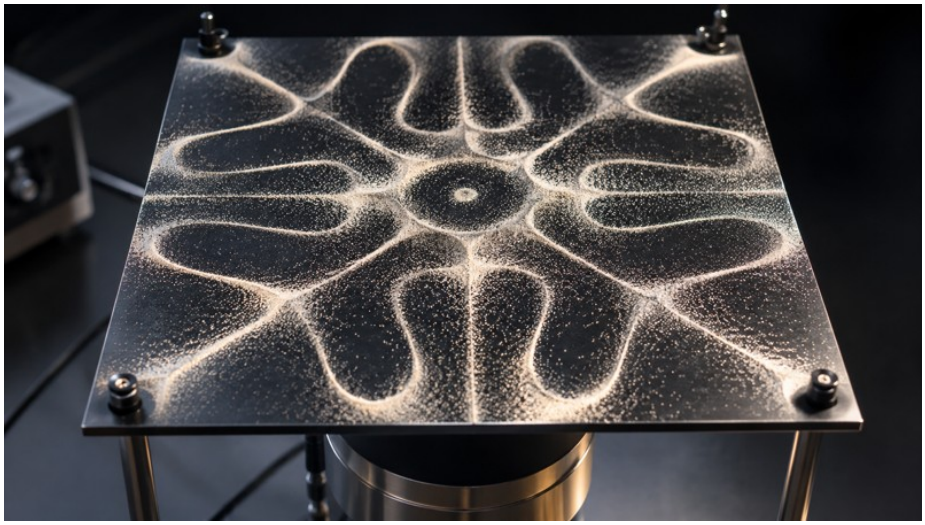
Впрочем, у меня есть ещё одна любимая иллюстрация того, почему иногда отсутствие чего-либо способно рассказать не меньше, чем присутствие.

Это фигуры Хладни.

В классическом эксперименте на тонкую металлическую пластину насыпают песок и заставляют её вибрировать. На определённых частотах возникают стоячие волны, а песчинки постепенно собираются вдоль узловых линий, где колебания минимальны.

И на глазах появляется красивый геометрический рисунок.

Меняется частота — меняется конфигурация. Одни линии исчезают, другие возникают, образуются симметричные узоры, порой удивительно сложные.



Физическое объяснение этого явления хорошо известно, и эксперимент до сих пор используется в университетских демонстрациях акустики.

Но меня в нём особенно привлекает одна деталь.

Мы видим песок, собравшийся вдоль узловых линий. Однако воспринимаем всю структуру благодаря отношениям между заполненными и свободными областями пластины.

Там, где песка нет, вовсе не обязательно отсутствует информация. В данном случае пустые области тоже помогают нам понять картину колебаний.

Для меня это красивая метафора дизайна. Разумеется, физика стоячих волн не является доказательством психологической теории композиции. Но аналогия получается почти скульптурной.

Когда работаешь с объёмом, быстро понимаешь, что пространство вокруг предмета не менее важно, чем сам предмет. Оно помогает увидеть форму, задаёт масштаб, определяет, как свет взаимодействует с поверхностью.

В графике то же самое. Пауза между элементами может быть выразительнее дополнительной линии. Иногда стоит убрать один объект, чтобы вся композиция наконец обрела равновесие.

В гештальт-психологии отношения фигуры и фона изучаются уже больше столетия. Классическая иллюзия вазы Рубина показывает, как одно и то же изображение может восприниматься то как ваза, то как два человеческих профиля.

Изображение не меняется. Меняется организация нашего восприятия.

И после стольких лет работы с визуальными формами я всё больше убеждаюсь, что пустота — это не просто место, которое дизайнер ещё не успел заполнить.

> *Пустое пространство не обязано быть недостатком. Иногда именно благодаря ему остальные элементы обретают форму и смысл.*

Сегодня у нас есть технологии, позволяющие почти мгновенно создавать изображения, тексты, музыку, видео, целые интерфейсы. Искусственный интеллект сделал производство контента удивительно доступным.

И я считаю это невероятным достижением.

Но одновременно мы оказались в довольно странной ситуации: добавить что-нибудь стало настолько легко, что необходимость добавления почти перестала обсуждаться.

Почему здесь должна быть иллюстрация? Потому что можем её сгенерировать.

Почему пользователь должен видеть ещё одну рекомендацию? Потому что алгоритм способен её подобрать.

Почему нельзя оставить немного свободного пространства? Потому что оно выглядит незаполненным.

Меня такая логика не устраивает.

Мне хочется, чтобы наши продукты были достаточно умными не только для того, чтобы предлагать больше, но и для того, чтобы понимать, когда лучше ничего не предлагать.

Чтобы система не путала внимание человека с ресурсом, который необходимо непрерывно захватывать.

Чтобы в ней оставалось место для случайных открытий, собственных мыслей и простого человеческого любопытства.

Именно поэтому я не хочу превращать Moodboard в ещё одну бесконечную ленту вдохновения, где за каждой красивой картинкой немедленно появляется следующая.

Мне интереснее небольшое пространство, с которым можно взаимодействовать осмысленно. Где можно поэкспериментировать с цветом, сохранить идею, немного отвлечься или вернуться к чему-то важному.

Сможет ли такой подход улучшать субъективный опыт пользователей? Вероятно, в определённых условиях. Сможем ли мы это доказать? Посмотрим. Для начала нужно провести хорошие исследования и не пытаться подгонять результаты под собственные ожидания.

В этом, кстати, есть что-то очень близкое нашей старой философии IMEC.

Наблюдать, искать закономерности, создавать модели, проверять их и улучшать.

Без поклонения технологиям. Без магии. И, по возможности, без корпоративного шаманства.

Если эксперимент покажет, что идея не работает, значит, придётся её пересмотреть. И это совершенно нормально.

Я уже достаточно долго занимаюсь дизайном, маркетингом и технологиями, чтобы понимать: самое опасное, что может случиться с хорошей идеей, — это когда её автор перестаёт допускать возможность собственной ошибки.

А семантическое вычитание пока остаётся одновременно и нашим дизайнерским методом, и исследовательской гипотезой.

Возможно, оно поможет лучше понимать композицию. Возможно, со временем мы обнаружим другие интересные эффекты. А возможно, выяснится, что одни типы абстракции помогают человеку сосредоточиться, а другие только раздражают.

Мне нравится, что здесь ещё есть что исследовать.

И что для этого вовсе не обязательно начинать с чего-то грандиозного.

Иногда достаточно нескольких цветных фигур, небольшого свободного пространства и желания понять, почему одна композиция кажется убедительной, а другая нет.

Наверное, в этом есть какая-то ирония.

Когда-то я рисовал кружочки, потому что не хотел тратить время на поиск фотографий. Теперь у нас есть искусственный интеллект, способный создавать практически любые изображения, а я снова рисую кружочки.

Только теперь уже совершенно осознанно.

И если бы мне пришлось сформулировать главный вывод двадцати лет работы с дизайном, маркетингом и технологиями, он оказался бы довольно простым.

> *Хороший дизайн — не искусство добавлять красивое. Это искусство понимать, что действительно необходимо.*

В Qode Prism мы хотим продолжать исследовать эту идею. Не ради ещё одного эффектного интерфейса и уж точно не ради возможности приклеить к продукту красивое слово «нейронаука».

Нам интересен человек перед экраном. Его внимание, любопытство, способность учиться, придумывать, сомневаться и находить в обычных вещах что-то неожиданное.

Когда-то я мог выбрать путь художника, заниматься скульптурой, живописью и графикой. Вместо этого жизнь привела меня в бизнес, маркетинг, инженерные системы и цифровые технологии.

Но чем дольше я всем этим занимаюсь, тем отчётливее замечаю, что между этими мирами гораздо больше общего, чем кажется.

В конце концов, художник, инженер и исследователь пытаются сделать примерно одно и то же: заметить закономерность, придать ей понятную форму и позволить другим увидеть то, что раньше существовало только в воображении.

А если для этого иногда понадобится нарисовать совершенно нелепый маленький домик — почему бы и нет?

Я умею рисовать вещи значительно сложнее.

Просто теперь хорошо понимаю, что не всегда это необходимо

Qode Prism — пространство для работы, жизни, творчества и исследования идей.

Semantic Subtraction — наше рабочее название подхода к визуальному проектированию, основанного на намеренном уменьшении смысловой насыщенности изображения. Его теоретические основания связаны с исследованиями внимания, визуального восприятия, когнитивной нагрузки и эстетической оценки. Эффективность конкретной реализации в Qode Prism остаётся предметом дальнейшей проверки.