



Известия Балтийской государственной академии  
рыбопромышленного флота. 2026. № 2(76). С. 164–167  
Научная статья  
УДК 74.01.09  
Doi:10.46845/2071-5331-2026-2-76-164-167

## Современные методы обучения колористике будущих предметных дизайнеров

Андрей Григорьевич Копий<sup>1</sup>, Ксения Алексеевна Долинина<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина,  
Нижний Новгород, Россия

<sup>1</sup>copiiag@mininuniver.ru; <http://orcid.org/0000-0001-5553-9263>

<sup>2</sup>dolinina1505@yandex.ru; <http://orcid.org/0009-0003-3544-201X>

**Аннотация.** Рассматриваются история и современные подходы к обучению колористике в контексте подготовки предметных дизайнеров. Актуальность обусловлена возрастающей ролью цвета как ключевого фактора эмоционального восприятия, эргономики и коммерческого успеха продукта в условиях насыщенного рынка. Традиционные методы изучения цвета, основанные на классических цветовых кругах и двухмерных упражнениях, требуют интеграции с цифровыми инструментами, проектным и междисциплинарным подходами.

Анализируются такие методы, как цифровое колористическое проектирование (включая VR/AR-технологии), проектное обучение на основе реальных кейсов, интеграция знаний из сенсорики, психофизиологии и материаловедения, а также развитие критического мышления через анализ трендов и культурных кодов. Делается вывод о необходимости формирования у студентов комплексной «цветовой грамотности», сочетающей глубокое теоретическое понимание, практические навыки работы с современным софтом и оборудованием, а также способности к стратегическому использованию цвета в проектировании предметной среды.

**Ключевые слова:** колористика, предметный дизайн, методы обучения, цветовое проектирование, цифровые инструменты, цветовая грамотность, междисциплинарный подход, виртуальная реальность, цвет в продукте

**Для цитирования:** Копий, А. Г., Долинина, К. А. Современные методы обучения колористике будущих предметных дизайнеров // Известия Балтийской государственной академии рыбопромышленного флота. – 2026. – № 2(76). – С. 164–167.

Со времени, когда появился промышленный дизайн, цвет имел важное значение в композиционном решении продукции. Сегодня, когда всё чаще упоминается не промышленный, а предметный дизайн (в одном случае это считается синонимом, в другом – более широким понятием), он является стратегическим инструментом, влияющим на идентичность бренда, пользовательский опыт, функциональность и рыночную востребованность продукта.

Поэтому подготовка будущих дизайнеров в области колористики требует пересмотра устоявшихся педагогических парадигм. Цель данной статьи – систематизировать и охарактеризовать современные методы обучения колористике, направленные на формирование у студентов-дизайнеров компетенций, отвечающих вызовам индустрии.

Интуиция – это способность приходить к пониманию, решению или суждению без сознательного развернутого логического анализа. Это быстрый, часто неосознаваемый процесс, основанный на целостном восприятии ситуации, прошлом опыте, эмоциональных сигналах и «свернутых» в подсознании паттернах.

В траектории от классической колористики к цифровой среде существуют следующие составляющие:

- традиционная основа (системы Иттена, Оствальда, Манселла) остается важным фундаментом для понимания гармонии, контрастов и физики цвета. Однако ее преподавание должно быть адаптировано;

- интерактивные цифровые модели: Использование динамических цветовых кругов в программах (Adobe Color, Coolers) позволяет мгновенно визуализировать схемы и их вариации;

– симуляция материалов и освещения: Современные рендер-движки (KeyShot, V-Ray) учат студентов учитывать фактуру материала (металлик, матовость, прозрачность), характер освещения и их совместное влияние на восприятие цвета объекта в реальной среде;

– VR/AR-технологии: Позволяют «погрузить» созданную цветовую палитру в виртуальное пространство, оценить цветовое решение продукта в условиях, имитирующих реальные, что критически важно для дизайна интерьеров, автомобилей, крупногабаритной техники.

Абстрактные упражнения уступают место проектным заданиям, имитирующим профессиональный процесс.

Рассмотрим создание колористической концепции продукта: Задание начинается с анализа целевой аудитории, рынка, аналогов и трендов. Студент обосновывает выбор палитры не с эстетической, а с маркетинговой и психологической точек зрения.

Разработка цветовых линеек и кастомизация: Практика создания семейства цветов для одного продукта или серии, учитывающая вариативность спроса. Изучение баланса между узнаваемостью бренда (фирменные цвета) и индивидуальными предпочтениями пользователя.

Коллаборации с производителями: Работа с реальными образцами материалов (пластик, краски, ткани) и понимание технологических ограничений в окрашивании.

Современная колористика для дизайнера лежит на стыке дисциплин:

а) *психология и психофизиология цвета*: Изучение неоспоримых (тепло-холод) и культурно-обусловленных ассоциаций, влияния цвета на внимание, безопасность (например, цвет кнопок управления);

б) *эргономика*: цвет как код для ориентации, выделения функциональных зон, улучшения читаемости интерфейсов;

в) *материаловедение*: понимание, как разные материалы (керамика, композиты, текстиль) взаимодействуют с красящими составами, как меняется цвет при старении, эксплуатации.

г) *экология*: Обучение выбору экологичных, безопасных красителей и покрытий.

Развитие критического мышления и визуальной культуры необходимо в современном мире, перенасыщенном образами и информацией, для того чтобы перестать быть пассивным потребителем контента и стать осмысленным интерпретатором, способным декодировать скрытые смыслы, оценивать достоверность и эстетику визуальных сообщений, а также сознательно создавать собственные. Это ключевой навык для формирования авторской позиции – уникального, аргументированного и ответственного взгляда на любое явление, выраженного через любые медиа (текст, изображение, видео, дизайн).

Как выйти на методы формирования авторской позиции через эту связку:

1. От анализа к собственному взгляду: Критическое мышление начинается с деконструкции увиденного (картины, рекламного плаката, интерфейса приложения). Вы задаете вопросы: Кому адресован этот образ? Какие эмоции и ассоциации он вызывает и почему? Что исключено из кадра? Какие культурные коды и стереотипы используются? Анализируя чужие приемы, вы начинаете понимать механизмы воздействия. Это знание становится основой для сознательного выбора – вы больше не копируете случайно понравившееся, а используете те визуальные и смысловые стратегии, которые точно служат вашей цели.

2. От насмотренности к осознанному языку: Визуальная культура – это ваш «словарный запас». Изучая историю искусства, фотографии, кино, дизайна, вы накапливаете визуальный опыт (насмотренность). Критическое мышление превращает этот багаж из простой коллекции в аналитический инструментарий. Вы видите, не просто «красиво/некрасиво», а распознаете отсылки к конкретной эпохе, направлению, автору. Это позволяет вам создавать работы, которые ведут диалог с контекстом: сознательно опираться на традицию, иронично цитировать или намеренно нарушать каноны – то есть, формулировать позицию через визуальные аллюзии.

3. От сомнения к аргументации: Авторская позиция – это не просто мнение («мне нравится»), а позиция, подкрепленная анализом и контекстом. Критическое мышление учит подвергать сомнению первую реакцию, искать дополнительные источники, рассматривать явление с разных сторон. Прежде чем заявить свою позицию в эссе, презентации или визуальном проекте, вы проводите исследование: что уже было сказано по этой теме? Как ваша точка зрения добавляет что-то новое? Этот исследовательский этап – обязательный метод перехода от поверхностного суждения к глубокой авторской позиции.



4. От контекста к ответственности: Понимание визуальной культуры включает осознание социального, политического и этического контекста создания и восприятия образов. Критическое мышление позволяет оценить потенциальное воздействие вашего высказывания. Формирование авторской позиции становится ответственным актом: вы учитесь предвидеть, как ваша работа может быть интерпретирована, какие смыслы может породить, и берете на себя ответственность за этот коммуникативный акт.

Практические методы формирования, вытекающие из этой логики:

– Ведение визуального дневника/скетчбука с параллельным анализом: не просто зарисовка, а запись – почему этот образ привлек внимание, какие приемы использованы.

Упражнение «Пересъемка и переосмысление»: взять известный образ (икону живописи, кадр из фильма) и создать свою версию, сознательно меняя ракурс, контекст или детали, письменно аргументируя свой художественный выбор.

– Создание серии работ на одну тему с исследовательским этюдом: сначала анализ существующих визуальных репрезентаций темы, затем выявление своей уникальной перспективы и ее воплощение.

– Практика письменного сопровождения к любому визуальному проекту (artist statement): краткий текст, где вы объясняете свою позицию, источники вдохновения и методы работы, тренируя связь между визуальным решением и его концептуальным обоснованием.

Таким образом, критическое мышление предоставляет инструменты анализа и скепсиса, а визуальная культура – материал, язык и исторический контекст. Их синтез позволяет перейти от интуитивного подражания к рефлексивному авторству, где каждая творческая или аналитическая работа становится осознанным высказыванием, имеющим вес и обоснование.

Далее приведём методы, направленные на формирование авторской позиции:

– анализ и деконструкция трендов: изучение не только актуальных палитр (например, по прогнозам Pantone, WGSN), но и механизмов их возникновения, связи с социокультурным контекстом;

– ведение визуальных дневников (мудборды): систематический сбор и анализ цветовых решений из разных областей: искусства, природы, моды, архитектуры. Развитие способности заимствовать и трансформировать идеи;

– критика и саморефлексия: публичные обсуждения студенческих проектов с акцентом на обоснованность цветового выбора, его связь с концепцией продукта.

Современные методы обучения колористике будущих предметных дизайнеров смещаются от репродуктивного освоения теории к формированию комплексного проектного мышления. Ключевыми векторами развития являются:

1. Гибридность: Синтез классической теории и цифрового инструментария.

2. Контекстуальность: Рассмотрение цвета не изолированно, а в системе «продукт-пользователь-среда-рынок».

3. Междисциплинарность: Интеграция знаний из смежных научных и прикладных областей.

4. Практико-ориентированность: Максимальное приближение учебных задач к реальным профессиональным процессам.

Только такой подход позволяет воспитать специалиста, способного осознанно и эффективно использовать цвет как мощный инструмент создания инновационных, человекоцентричных и коммерчески успешных продуктов.

#### Список источников

1. Иттен, Й. Искусство цвета / Й. Иттен. – Москва : Издательство Д. Аронов, 2020. – 96 с.
2. Грегори, П. Колористика. Как использовать цвет в кино и цифровых медиа / П. Грегори ; пер. с англ. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2022. – 256 с.
3. Квятковский, Г. Ю. Специализированное знание как фактор интеграции профессионального сообщества деятелей искусства / Г. Ю. Квятковский, Т. А. Яковлева // Вестник Мининского университета. 2025. – Т. 13. – № 2. – С. 12. – DOI:10.26795/2307-1281-2025-13-2-12.
4. Мандей, Л. Цвет в дизайне. Практическое руководство по использованию цвета в графическом дизайне / Л. Мандей. – Москва : Рипол-классик, 2021. – 208 с.
5. Хромов, Л. Н. Цвет в промышленном дизайне: методика работы с цветом при проектировании изделий / Л. Н. Хромов // Дизайн. Материалы. Технология. – 2021. – № 4(65). – С. 12–17.

6. Устин, В. Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве / В. Б. Устин. – Москва : АСТ, 2019. – 256 с.

7. Caivano, J. L., López, M. del R. Color in Industrial Design: A Tool for Innovation and Communication // Color Research & Application. – 2020. – Vol. 45(5). – Pp. 793–805.

8. Feisner, E. A., Reed, R. Color Studies / E. A. Feisner, R. Reed. – 4th ed. – London: Bloomsbury, 2023. – 288 p.

### **Информация об авторах**

А. Г. Копий – доцент;

К. А. Долинина – студент.

Статья поступила в редакцию 01.04.2026; одобрена после рецензирования 04.05.2026; принята к публикации 12.05.2026.