С.В. МКРТЧЯН

Кандидат искусствоведения (ВНИИТЭ. 1992 г.), доцент кафедры «Рекламы, связей с общественностью и дизайна» Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова
e-mail: 7655682@rambler.ru

S.V. MKRTCHYAN

Candidate of art history (VNIITE. 1992), associate professor of the department of «Advertising, public relations and design» of the Russian University of Economics named after G.V. Plekhanov
e-mail: 7655682@rambler.ru

АССОЦИАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДМЕТА КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРОЕКТНОЙ ИДЕИ

ASSOCIATIVE POTENTIAL OF THE SUBJECT AS A FACTOR INFLUENCING THE FORMATION OF THE PROJECT IDEA

В статье рассматривается вопрос ассоциативного потенциала объектов дизайна как основополагающего фактора, влияющего на формирование проектной идеи. Характеризуется доминирующее положение ассоциативного потенциала среди других потенций, скрытых в предмете и влияющих на поиск проектной идеи. Выявляются особенности образования, функционирования и осмысления ассоциативного потенциала в средовых ситуациях и в восприятии, интерпретации и идентификации предмета человеком.

The article deals with the issue of associative potential of design objects as a fundamental factor influencing the formation of a project idea. Characterized by the dominant position of the associative potential among other potencies hidden in the subject and affecting the search for the project idea. The features of the formation, functioning and understanding of the associative potential in environmental situations and in the perception, interpretation and identification of the object man are revealed.

Ключевые слова: дизайн, ассоциативный потенциал, проектная идея, контексты среды.
Keywords: design, associative potential, project idea, subject context.

Предмет как результат проектно-художественного творчества дизайнера обладает внутренними связанными между собой свойствами и значениями, взаимосвязь которых способствует появлению разнообразных ассоциаций — образных, смысловых, функциональных, стилевых, семантических. Взаимосвязь внутренних разнонаправленных свойств и значений определяет статус предмета как единицы средовой ситуации (контекста) и создает ассоциативный потенциал предмета, который всегда обращен вовне и стимулирует ассоциативное восприятие, интерпретацию и идентификацию проектной идеи, материализованной в формальных, композиционных и конструктивных решениях предмета. Все предметы наделены свойством ассоциативного сближения с другими предметами и явлениями и предрасположены к такому сближению. С этим свойством связана способность предмета вызвать в сознании человека те или иные образы, основанные на ассоциативном потенциале предмета.

Между категориями «свойство ассоциативности» и «ассоциативное значение» предмета существует промежуточное связующее звено. Этим звеном является ассоциативный потенциал, на рассмотрение, определение и осмысление которого нацелены действия дизайнера в процессе поиска проектной идеи. Ассоциативный потенциал предмета обеспечивает не только логическую взаимосвязь категорий «свойство ассоциативности» и «ассоциативное значение», не только способствует генерации проектной идеи, но и формализует проектную проблему, очерчивает ее границы, направляет проектные действия [1, 2].

Ассоциативный потенциал — это скрытая, аккумулированная в предмете информация одновременно о персональных, единичных и общих признаках, конкретных и абстрактных, противоречащих и однозначных параметрах. Сочлененные в предмете признаки и параметры образуют его ассоциативный потенциал, который проявляется в непосредственном утилитарном функционировании предмета в среде, определяя его контекстную значимость. С дизайнерской точки зрения, ассоциативный потенциал предмета является фактором, определяющим степень интенсивности интеграции предмета в контекстную структуру

среды. Следовательно, ассоциативный потенциал раскрывается, прежде всего, в зависимости от интегрирующего потенциала контекстов среды.

Контекстуальные условия, направляющие процесс проявления и осмысления ассоциативного потенциала предмета, имеют многоаспектный характер. Во-первых, это условия функционирования предмета в заданных композиционных, стилевых, функциональных и смысловых обстановках, когда предмет может соответствовать перечисленным параметрам средовой обстановки, или противопоставляться, стать «оппозицией» относительно к предметному окружению. Во-вторых, это условия разнообразных устойчивых линейных связей, возникающих между композиционно последовательно расположенными элементами в среде при их прямом сочетании друг с другом, по причинно-следственному принципу. В-третьих, это условия, характеризующиеся динамичностью взаимоотношений между предметами, которые могут быть взаимозаменяемыми в пространственном, содержательном и функциональном отношениях.

Ассоциативный потенциал способствует концентрации и преобразованию в предмете всех признаков контекстных обстоятельств среды. Благодаря ассоциативному потенциалу, эти признаки притягиваются, абстрагируются и наделяют предмет собственным ассоциативным значением. Таким образом, ассоциативный потенциал можно характеризовать как средство, стимулирующее возникновение содержательно-смысловых отношений предмета с контекстно обусловленной предметной структурой среды. При этом ассоциативный потенциал, с одной стороны, выступает как концентрация признаков свойства ассоциативности предмета, как сосредоточение его стабильных, устоявшихся ассоциативных характеристик; с другой — как процесс, выражающийся в постоянной выработке и закреплении в предмете новых черт ассоциативного значения в зависимости от взаимоотношения и сочетаемости с контекстно обусловленной предметной структурой среды. Например, стул, скамейка, кресло стоят в одном ряду с предметами, которые так или иначе предназначены для кратковременного или долговременного отдыха. Они объединены основным функциональным назначением и общими ассоциативными характеристиками. Их формально-конструктивные особенности являются признаками, присваивающими им свойство ассоциироваться как приспособление для отдыха, т.е. являются первичным ассоциативным потенциалом. Однако в контекстно обуслов-

ленных предметных обстоятельствах перечисленные предметы приобретают новые семантические возможности, связанные с включением их в конкретную средовую ситуацию — стул в общественном интерьере и в жилом интерьере, скамейка парковая и дворовая, кресло в жилом интерьере и в кабинете. С появлением новой сочетаемости с предметным окружением происходит концентрация свойств, вбираемых предметом из новых для него контекстов. В возникшей новой контекстной ситуации предмет может быть применен в несвойственном для него окружении (контексте), что приводит в действие его ассоциативный потенциал, включающий в себя образные, функциональные, композиционные признаки, принципы сочетаемости. Эти новоприобретенные принципы сочетаемости закрепляются за предметом, интегрируются и абстрагируются в его ассоциативном потенциале и становятся уже его собственным ассоциативным значением. Интегрирующее воздействие ассоциативного потенциала приводит к концентрации новых ассоциаций, которые становятся абстрагированными, новыми ассоциативными значениями предмета.

Можно выделить некоторые характерные ситуации, где чаще всего проявляется ассоциативный потенциал предмета. Во-первых, ассоциативный потенциал обнаруживается в процессе формирования проектной идеи и стимулирует появление всевозможных формальных и композиционных решений; во-вторых, в заданных или спонтанно сложившихся средовых ситуациях, в межпредметных и контекстных ассоциативных связях; и, в-третьих, в ассоциативном восприятии, интерпретации и идентификации предмета потребителем.

Эти ситуации можно рассматривать в качестве системных элементов ассоциативной структуры предмета. В каждой из перечисленных ситуаций актуализируется та или иная функция ассоциативного потенциала (контекстуальная, формообразующая, смыслообразующая, содержательная). В первом случае параметры ассоциативного потенциала соответствуют онтологической модели значения предмета (функция, форма, конструкция, материал, технология), во втором и третьем случаях ассоциативный потенциал соответствует коммуникативной модели средового контекста, которая включает в себя не только предварительно заданную информацию, имеющую системные характеристики, но и информацию, предполагаемую требованиями конкретной контекстной ситуации. Здесь проявляется очень важное свойство ассоциативного по-

тенциала — свойство, приводящее к актуализации необходимого коммуникативного содержания предмета.

Проектное рассмотрение ассоциативного потенциала предмета предполагает определение степени вариативности возможных ассоциативных связей со специально организованным или случайно сформированным предметным окружением. Такое рассмотрение, в идеале, — это полное и всестороннее изучение разнообразных, неоднозначных, полифункциональных предметных окружений, в которых может оказаться проектируемый предмет. Его можно назвать методом определения контекстов среды, в которых, благодаря интегрирующему потенциалу контекста, актуализируется та или иная сторона ассоциативного потенциала предмета. Проектное рассмотрение предмета вне контекста уменьшает степень вариативности ассоциативного потенциала и, следовательно, сужает диапазон путей формирования его идеализированного значения (проектной идеи). Попытки определения ассоциативного потенциала предмета вне контекста — это то же самое, что пытаться определить весь калейдоскоп ассоциаций слова, исходя из его словарного определения.

В дизайне любой предмет предстает как проектная проблема, характеристики которой зависят от контекстной ситуации функционирования предмета и уровня вариативности его ассоциативного потенциала. В процессе рассмотрения возможных контактов с тем или иным предметным окружением активизируются различные аспекты его ассоциативного потенциала: функциональный, композиционный, формальный, содержательный, семантические. Среди них особое место занимают формальный и содержательный аспекты.

Предмет как объект дизайна характеризуется сложной структурной взаимосвязью формы и содержания, играющей важную роль в системном построении среды. Эта взаимосвязь вызывает многообразные ассоциативные реакции как в процессе дизайнерского проектирования предмета, так и при его дальнейшем функционировании в реальных жизненных условиях. Благодаря взаимосвязи формы и содержания, предмет становится средоточием разнообразных ассоциаций, составляющих его ассоциативный потенциал, который способствует внедрению предмета в образно-композиционную и содержательную структуру среды, т.е. в структуру, обусловленную онтологическими особенностями среды и представляющую собой сформированный по иерархическому принципу набор разнохарактерных элементов, имеющих разные ассо-

циативные потенциалы и способных к комбинаторным изменениям. Способность к комбинаторным изменениям ассоциативного потенциала обеспечивает гибкость ассоциативно-коммуникативной связи предмета с человеком в разных социальных и культурных обстоятельствах. Предметная среда как сфера реализации ассоциативных потенций отдельно взятых элементов своей структуры раскрывает коммуникативно-релевантные возможности ассоциативного потенциала как стимула восприятия, интерпретации и идентификации каждого предмета.

Все проектное творчество пронизано ассоциациями, исходящими от ассоциативного потенциала проектируемого предмета. Если допустить некоторую степень обобщения и схематизации, то можно сказать, что существуют три этапа проявления ассоциативного потенциала предмета. И если полагать, что формирование идеализированного, объективного и актуального значения предмета — это путь с момента появления проектной идеи до функционирования этого предмета в реальных средовых условиях и обеспечения конкретных жизненных нужд потребителя, то необходимо определить, как проявляется ассоциативный потенциал на перечисленных этапах становления предмета.

Идеализированными являются «такие значения предмета, которые акцентируются и развиваются дизайнером как наиболее существенные характеристики предмета, раскрывающие и утрирующие эти характеристики с нестандартных позиций в качестве проектного замысла. Идеализированные значения полностью зависят от воли дизайнера, отражают его творческий потенциал и уровень креативности мышления» [3, с. 436]. Анализировать и характеризовать особенности проявления и восприятия ассоциативного потенциала предмета при формировании идеализированного значения (проектной идеи) — задача непосильная, поскольку восприятие ассоциативного потенциала предмета полностью зависит от особенностей профессиональной обработки, вызванных проектной проблемой ассоциации сознанием дизайнера, и имеет исключительно субъективный характер [3, с. 436]. В поисках проектной идеи дизайнер относится к ассоциативности предмета, к его ассоциативному потенциалу предельно свободно, однако эта свобода всегда ограничивается контекстами среды, где предположительно должен функционировать предмет.

В методе ассоциации в дизайнерском проектировании зарождение и развитие проектной идеи есть стремление к ассоциативному

образу предмета, выражающему эмоционально-творческие переживания и амбициозно-субъективные стремления автора идеи. Формирование проектной идеи как смысла будущего предмета, определяющего его содержание и выраженного в формальных решениях, сопровождается выявлением, акцентуацией и идеализацией того или иного импульса, исходящего от ассоциативного потенциала предмета [3, с. 436].

В дизайнерском творчестве ассоциативный потенциал предмета как концентрация его ассоциативных связей и отношений всегда находится в состоянии относительного покоя. И только при превращении его в объект проектного воздействия, когда предмет рассматривается во всех возможных контекстных ситуациях среды, во всех многообразных и полифункциональных предметных окружениях, раскрывается вся глубина ассоциативного потенциала, систематизируются первичные и вторичные ассоциации, и как результат определяется проектное ассоциативное значение.

Следовательно, ассоциативный потенциал можно считать основой формирования эмоциональной и выразительной характеристики проектной идеи или даже проявлением самой проектной идеи.

Объективное значение — это ситуация, когда «полученное логическое решение и последующее формальное воплощение (идеализированное значение) указывает на свойство предмета безотносительно к его отличительным формальным признакам» [1, с. 437]. При формировании объективного значения, когда творческая идея приобретает форму конкретного проекта предмета, отношение дизайнера к ассоциативному потенциалу носит запретительный характер, поскольку средовые контексты, где должен функционировать предмет, требуют ограничения диапазона возможных ассоциаций. Ассоциативный потенциал как набор разных ассоциативных значений оперирует более жесткими критериями — и в этом случае возможное ассоциативное значение, на основе которого выстраивается содержательный смысл предмета, выбирается по принципу его однозначности. Необходимо отметить, что однозначность выбранного ассоциативного значения не является обязательным условием формального воплощения проектной идеи (идеализированного значения). При воплощении проектной идеи в формальных решениях предмета дизайнер стремится сузить диапазон ассоциативного потенциала, оставляя только те решения, которые соответствуют контекстным средовым условиям функционирования предмета. Более ка-

тегорично можно сказать, что дизайнер вносит структурные изменения в ассоциативный потенциал предмета, тем самым обеспечивая адекватную интеграцию в тот или иной контекст среды.

Актуальное значение предмета проявляется в процессе его функционирования в реальных контекстных средовых условиях при восприятии, интерпретации и освоения смысла и содержания этого предмета потребителем, который относится к ассоциативному потенциалу, вложенному в его объективном значении избирательно — с равной степенью ограничений в выборе. Здесь возможны случаи колеблющегося выбора вариантов ассоциаций. Актуальные значения основаны на эмоциональном восприятии и оценке предмета и, следовательно, выражают отношение человека к его ассоциативному потенциалу [1, с. 436–439]. Актуальное значение — это условие реального функционирования ассоциативного потенциала предмета.

Рассмотрение ассоциативного потенциала предмета как обязательного условия определения проектной стратегии предполагает выявление внешней формальной и внутренней содержательной динамики ассоциативной идентификации предмета в аспекте его нестандартного восприятия и интерпретации. В процессе проектирования осмысление проектной проблемы происходит на основе интерпретации образов, формируемых благодаря ассоциативному потенциалу, являющихся стимулом проектного прогноза и способствующих семантизации предмета.

Для понимания содержательной динамики ассоциативного потенциала предмета надо исходить из интегративного свойства среды во всем многообразии ее структурных контекстов, включающих не только релевантные семантические компоненты, отражающие условия функционирования предмета, но и отношение потребителя к предмету, его понимание назначения и ценности предмета в жизнеобеспечивающей деятельности.

На уровне формирования проектной идеи проектный прогноз предполагает: 1) прагматичный взгляд на ассоциативный потенциал предмета; 2) актуализацию контекстуального смысла предмета в соответствии с личностным аспектом восприятия этого смысла потребителем, разнообразием его восприятия ассоциативного потенциала предмета; 3) рассмотрение существенных ассоциативных признаков предмета, составляющих содержание его образа. При этом в проектной идее парадоксально сочетаются ее пред-данность в рамках ассоциативного потенциала и возможность произвольного осмысления.

Реализация проектной идеи, основанной на ассоциативном потенциале предмета в рамках того или иного контекста среды, осуществляется на основе стереотипных и нестереотипных реакций на предмет со стороны потребителей. Проектный прогноз и актуальное значение, приобретаемое предметом в контекстах среды, могут оказаться в отношениях соответствия или несоответствия, и это обусловлено стереотипированным или нестандартным ассоциативным восприятием предмета человеком. Нестандартная актуализация ассоциативного значения предмета базируется на прагматических установках, заложенных в проектной идее, и определяется специфическими контекстными условиями среды, к которым, в частности, относятся: композиционная, стилистическая, функциональная сочетаемость с другими предметами; использование предмета в качестве элемента среды, обеспечивающего коммуникативную связь, где проявляется специфика восприятия особенностей проектной идеи, вложенной в этот предмет.

В дизайнерском проектировании эффективность поиска проектной идеи во многом зависит от методов выбора и актуализации творческих ассоциаций, вытекающих из ассоциативного потенциала предмета. Другими словами, дизайнерское проектирование, ориентированное на ассоциативный потенциал предмета, можно характеризовать как процесс установления ассоциативной связи между ассоциативным потенциалом предмета и — через творческую деятельность дизайнера — возникновения и формирования проектной идеи. Дизайнер, моделируя контекст восприятия предмета, предполагает, что вложенный в предмет ассоциативный код будет расшифрован потребителем исходя из тех же ассоциаций, которые лежат в основе проектной идеи. При этом процесс дешифровки ассоциативного кода отражает уровень ассоциативного восприятия и осмысления предмета потребителем. В этом процессе проявляется ассоциативно-коммуникативная связь между дизайнером — автором проектного замысла, вложенного в предмет, — и потребителем, осмысляющим и определяющим актуальное значение этого предмета. При этом адекватность дешифровки ассоциативного кода во многом зависит от уровня культурной компетентности потребителя. Здесь уместно дать обобщенную, краткую характеристику (с позиции дизайна) понятия «культурной компетентности потребителя» относительно предметного окружения. Можно выделить следующие положения: 1) культурная компетенция включает в себя как стереотипные,

так и не стереотипные знания о предметном окружении; 2) культурная компетентность имеет сложную структуру, проявляющуюся в процессе расшифровки ассоциативного кода, вложенного дизайнером в предмет; 3) культурная компетенция в процессе идентификации и актуализации предмета проявляется в ассоциативном восприятии формы и содержания одновременно. Осмысление содержания предмета непосредственно зависит от его семантической выразительности, обусловленной образно-ассоциативными характеристиками формы этого предмета. А освоение формы предполагает не только осмысление внешней оболочки предмета, но, в первую очередь, соответствие формы содержанию и связи предмета по формальным признакам, контекстному предметному окружению; 4) культурная компетенция определяется такими изменчивыми критериями, как личный жизненный опыт, уровень и профиль образования, профессия и т.п.

Таким образом, проблема скрытого в предмете ассоциативного потенциала — одна из самых сложных проблем в дизайнерских теоретических исследованиях. Если обобщить результаты наиболее существенных исследований, посвященных разнообразным внутренним потенциям предмета (коммуникативным, интегрирующим и т. п.), определяющим процесс дизайнерского творчества, то можно выделить некоторые факторы, характеризующие и демонстрирующие доминирующее положение ассоциативного потенциала среди других потенций, скрытых в предмете:

— ассоциативный потенциал предмета формируется как единство современных актуальных характеристик и характеристик, своими корнями уходящих в прошлое, причем бывшее, в качестве прототипа, придает ассоциативному потенциалу живой, гибкий смысл;

— ассоциативный потенциал аккумулируется, с одной стороны, исходя из реальных характеристик предмета (материал, форма, конструкция), и относится к реальному миру вещей; с другой — исходя из понятий, восприятий, особенностей мышления человека; следовательно, в ассоциативном потенциале репрезентированы одновременно реальная действительность, понятие, соответствующее предмету (например, движение — колесо), прогнозирующая мысль дизайнера и т.п.;

— с точки зрения семантического значения предмета, в ассоциативном потенциале сочленены одновременно означающее и означаемое, при этом означаемому (самому предмету) могут соответствовать несколько означающих (ассоциативный ряд);

— ассоциативный потенциал актуализируется во всех трех значениях объекта дизайна: идеализированном (проектная идея), объективном и актуальном значениях; для каждого значения ассоциативный потенциал действует соответственно специфике этого значения;

— ассоциативный потенциал формируется на основе свойства ассоциативности системных элементов предмета (материал-технология-форма) и стимулирует трансляцию информации о каждом из этих элементов;

— в коммуникационных процессах, происходящих благодаря коммуникативному свойству объектов дизайна, их ассоциативный потенциал, являясь основным фактором, присваивающим предмету свойство коммуникативности, выполняет разнообразные связующие функции — функциональные, содержательные, смысловые, семантические и т.п.;

— ассоциативный потенциал обеспечивает средовые отношения (человек — предметное окружение), способствует внедрению предмета в контексты среды.

Библиография:

1. *Мкртчян С.В.* Ассоциативное значение объектов дизайн // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2016. № 4. С. 275–285.

2. *Мкртчян С.В.* Ассоциативность как свойство объектов дизайна // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2017. Т. 2. № 2. С. 88–98.

3. *Мкртчян С.В.* Категория значения в современном дизайне // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2016. № 3. С. 428–439.

4. *Malinina T.* Poetics of space and environmentin actual architectural practices. Correlations between urban aesthetics, urban developmentstrategies and architectural creativity // Texts. 2017. № 2. P. 45-61.