С.В. Мкртчян

ВЗАИМОСВЯЗЬ СВОЙСТВА АССОЦИАТИВНОСТИ И АССОЦИАТИВНОГО ЗНАЧЕНИЯ ОБЪЕКТОВ ДИЗАЙНА

Взаимосвязь свойства ассоциативности и ассоциативного значения характеризуется в статье как внешне статичная, но внутренне динамичная иерархическая система, устойчивость которой обеспечивает свойство ассоциативности, а внутреннюю динамичность — ассоциативное значение. Ассоциативность понимается как свойство, внутренне присущее объектам природы. Благодаря дизайнерскому творчеству, эти объекты приобретают ассоциативное значение, возникающее как проявление свойства ассоциативности. Ассоциативное значение иллюстрирует свойство ассоциативности, делает его осязаемым.

The relationship of the properties of associative and associative values is characterized in the article as externally static, but internally dynamic hierarchical system, its stability provides the property of associativity, and the internal dynamic — of the associative value. Associativity is understood as a property inherent in the objects of nature. Because of design creativity, these objects acquire an associative value that occurs as a manifestation of the properties of associativity. Associative value illustrates the property of associativity, makes it tangible.

Ключевые слова: дизайн, свойство ассоциативности, ассоциативное значение, система.

Keywords: design, the property of associativity, the associative value, the system.

Дизайн как целесообразная деятельность, задачей которой

является преобразование предметного мира и организация жизнеобеспечивающей деятельности человека, стремится создать оптимальные условия человеческого существования, ориентируясь одновременно на потребности индивидуума, различных социальных групп и социума в целом. Специфика дизайна как формы эмоционально-прагматического творчества состоит в том, что познание и оценка эстетической и утилитарной ценности объекта дизайна происходит в процессе одновременно практического, предметно-чувственного, наглядно-образного восприятия. В этом процессе в результате непрерывного непосредственного контакта с объектами дизайна формируются и особенности практического поведения человека, и особенности эмоционального восприятия им предметного мира. Формирование представлений, мышления, стиля общения являются непосредственным порождением процесса взаимоотношений людей с предметным окружением, и, следовательно, преобразуя предметный мир, дизайн формирует сознание и влияет на эмоции человека.

Характеристика дизайна как преобразующей действительность деятельности опирается на положения, давно и глубоко разработанные в теории и методологии дизайна. Это, во-первых, утилитарно-прагматическое понимание назначения объектов дизайна, утверждающее приоритет материальной, утилитарной сути предмета над его духовным смыслом. Во-вторых, положение о потребительской практике как условии, раскрывающем в предмете обратную связь идеального и прагматического, духовного и материального. Однако суть дизайнерской деятельности заключается не столько в познании окружающего предметного мира, сколько в проектном отношении к предметам, предполагающем всевозможные утилитарно-прагматические и образно-смысловые изменения предметного окружения. Следовательно, существеннейшей особенностью дизайнерского мышления является постоянный поиск новых средств и методов изменения характеристик, свойств и значений предметного окружения, а не одно лишь познание предметного окружения как такового. Именно поэтому дизайнерская мысль развивалась по мере того, как дизайнеры находили точки проектного воздействия и способы и методы преобразования предметного мира.

В течение всего периода развития дизайна его объекты сохраняли системный характер. Это предопределяется спецификой самого дизайна как профессии, задача которой — комплексное, системное преобразование предметной действительности. Системность объектов дизайна, обусловленная их утилитарным предназначением, проявляется как во взаимодействии отдельных свойств объектов и значений, составляющих структуру системы, так и в наличии у каждого из этих свойств и значений своей собственной специфики. Как и всякое другое явление объективной действительности, объекты дизайна обладают внутренней системной целостностью, представляющей собой органическое единство свойств и значений. Это выделяет их среди объектов других профессий, также имеющих проектно-преобразующее предназначение. Внутреннее единство свойств и значений, рассматриваемое как система, устанавливает границы, отделяющие объекты дизайна в окружающей действительности, определяет границы проектного вмешательства дизайна. Но поскольку в объектах дизайна всегда сочетаются общее и особенное, присущее лишь данному объекту, то эти границы не абсолютны и весьма условны.

Если сопоставить разные предметы между собой с намерением определить их принадлежность к числу объектов дизайна, то всегда найдутся какие-либо общие черты, подвластные дизайнерскому воздействию. При сопоставлении предметов в синхронном порядке легко обнаруживаются схожие признаки, включающие их в поле профессионального воздействия дизайна. Такой подход позволяет четко обрисовать диалектическую суть дизайнерского познания и преобразования предметного мира, где свойство и значение предмета играют важнейшую роль, причем проявляются эти свойства не в отражении объекта в сознании дизайнера, пассивно данного ему в его созерцании, а благодаря постижению и осмыслению предмета, включенного в общественную практику.

Рассматривая отдельные предметы и их комплексы, можно обнаружить различные признаки, включающие их в профессиональное поле дизайнерского воздействия; среди них особое место занимают свойство ассоциативности и ассоциативное значение. Эти признаки

предметов и вещей чрезвычайно многообразны и многогранны. Они объективны, и их нельзя рассматривать как нечто внешнее по отношению к предметам и вещам. Свойство ассоциативности и ассоциативное значение диалектически взаимосвязаны друг с другом, и поэтому невозможно изменить ассоциативное значение предмета, пренебрегая его ассоциативным свойством.

Принципиально важным с методологической точки зрения является то, что свойство ассоциативности и ассоциативное значение не существуют безотносительно к самим предметам. В реальности существуют конкретные вещи и предметы, обладающие свойством ассоциативности и имеющие разные ассоциативные значения, которые, если перефразировать известную идею К.Маркса, не возникают из взаимоотношений предметов и вещей, а лишь обнаруживаются в этих отношениях. Ассоциативное значение и свойство ассоциативности рассматриваются как соотносительные категориям вещи и предмета и обычно определяются через них. Содержание ассоциативного значения и свойства ассоциативности раскрывается как характеристика той или иной стороны объектов дизайна и выявляется во взаимодействии данного предмета с другими предметами. При этом в каждом предмете обнаруживается множество различных ассоциативных значений, совокупность которых подтверждает свойство ассоциативности. Ассоциативное значение можно охарактеризовать как определенный уровень взаимоотношения предметов, обусловленный присущим им свойством ассоциативности.

Поскольку свойство ассоциативности раскрывается, прежде всего, в восприятии всевозможных значений предметов (формальных, функциональных, композиционных) и в их ассоциативных связях с другими предметами, то его определение возможно только через ассоциативное значение этих предметов. Свойство ассоциативности, будучи соотнесенным с предметом, не влияет (в отличие от ассоциативного значения) на его утилитарные и формальные характеристики. Оно стимулирует формирование ассоциативного значения, аналогичного тому, что лежит в основе процесса формирования проектной идеи и, соответственно, самого процесса формотворчества. Свойство ассоциативности является общим для

всех элементов предметного мира, имеющих форму, конструкцию, функцию и т.д. А ассоциативное значение, генерируемое на основе свойства ассоциативности, различает предметы, придает им самобытность и неповторимость.

Важной характеристикой ассоциативного значения является внутренняя целостность, определенность относительно к предмету, тождественность с бытием предмета. При утрате или изменении ассоциативного значения в процессе функционирования предмета в среде он перестает быть тем, чем являлся, таким, каким предполагался на уровне проектной идеи. Ассоциативное значение определяется контекстами среды, поэтому, в зависимости от контекстной ситуации, оно может меняться, приобретать совершенно неожиданные и непредсказуемые образы. Свойство ассоциативности предмета остается неизменным при любых обстоятельствах, в любых средовых контекстах. Контексты среды, будучи объектами дизайнерского воздействия, также наделены свойством ассоциативности и могут иметь целый ряд ассоциативных значений.

Взаимосвязь свойства ассоциативности и ассоциативного значения можно рассматривать как иерархичную, внешне статичную, но внутренне динамичную систему. Статичность этой системе придает общее и неизменное для всех предметов свойство ассоциативности, а интенсивность внутренней динамики зависит от разнообразия восприятия потребителями ассоциативного значения, вложенного в предмет в качестве проектной идеи. Благодаря системным связям, свойство ассоциативности проявляется и поддается определению через ассоциативные значения, совокупность определенного множества и динамического единства которых подтверждает объективность свойства ассоциативности предметов.

Таким образом, объекты дизайна можно рассматривать как систему ассоциативных значений, структурные связи которых обеспечивает свойство ассоциативности предметов. Поспешным может оказаться вывод, что одни и те же предметы — это одни и те же системы ассоциативных значений, а различные предметы — это различные системы ассоциативных значений. Ассоциативное значение присваивается предмету на проектном уровне в качестве проектной

идеи, но находится в процессе постоянных изменений в зависимости от контекстов среды. Ассоциативное значение предмета контекстно обусловлено. Именно поэтому попытки определить ассоциативное значение через свойство ассоциативности не всегда приводят к желаемому результату. Ассоциативность — это объективное свойство предмета, благодаря которому становится возможным появление ассоциативного значения. Ассоциативное значение предмета субъективно, непредсказуемо, изменчиво, подвержено влиянию средовых обстоятельств, зависит от уровня профессиональной фантазии дизайнера и от особенностей потребительского восприятия.

Взаимосвязи предметов разнообразны. В разных средовых ситуациях, в одно время в одних предметно-пространственных и содержательных обстоятельствах проявляется одно ассоциативное значение предмета, в другое время и в других обстоятельствах — другое. В каждом, отдельно взятом случае, в зависимости от превалирующего назначения среды (функционального, образного, стилистического) или от превалирующего контекста, меняется содержание импульсов, исходящих от свойства ассоциативности, и согласно этим импульсам формируется соответствующее ассоциативное значение. Но наряду с ассоциативными значениями, которые проявляются в одних средовых ситуациях, в одних взаимоотношениях с другими предметами и с человеком и меняются в других, предмет обладает единственным ассоциативным значением, неизменным и общим для всех, — это его вовлеченность в общественную практику. Другими словами, если предмет не ассоциируется с человеческим бытием, если его значение не ассоциируется с удовлетворением какой-либо человеческой потребности, то он теряет всякий смысл. Это можно назвать общим для всех предметов первичным ассоциативным значением. В отличие от других ассоциативных значений, возможных лишь в определенных взаимоотношениях разных предметов и в отношениях предмета с человеком, первичное ассоциативное значение как смысл, обозначающий утилитарную целесообразность предмета, характеризует его вне зависимости от каких-либо обстоятельств. Оно неотделимо от предмета, обусловлено возникновением потребности в этом предмете и изменяется лишь в случае необходимости адаптации

различных значений предмета к потребностям человека. Свойство ассоциативности отличается тем, что не зависит от потребительской целесообразности предмета, но неразрывно связано с восприятием человеком действительности.

Свойством ассоциативности наделены все объекты природы. Ассоциативность понимается как свойство, внутренне присущее объектам природы, которые, приобретая утилитарный, потребительский смысл, вовлекаются в общественную практику и получают ассоциативное значение, демонстрирующее свойство ассоциативности. Именно в процессе присвоения такого смысла объектам природы просматривается роль дизайна, цель которого создание и введение в общественную практику как различных ранее не существовавших предметов, так и оптимизация предметов уже существующих, организующих жизнеобеспечивающую деятельность человека. Как характеристику отношения дизайна к объектам природы можно привести слова Э.Кассирера. Рассуждая о творчестве Д.Юма, он пишет: «Два содержательных элемента, достаточно часто встречавшиеся в сознании совместно, срастаются в конце концов, благодаря опосредующей психологической функции "силы воображения", из отношений простой близости, пространственного сосуществования или временной последовательности, в казуальное единство. Пространственная или временная смежность преобразуется под воздействием простого механизма "ассоциации" в причинность» [1, с. 57].

Свойство ассоциативности проявляется в соотношении с другими свойствами объектов природы — с формой, материалом, структурой (в первую очередь, с формой), причем не только как тождество характеристик того или иного отдельного свойства, но прежде всего как отражающее единство всех свойств предмета, создающее определенность восприятия, содержательную специфичность, структурно-смысловую целостность данного объекта. Ассоциативное значение обусловлено свойством ассоциативности. Это внутренняя основа, определяющая структурные взаимосвязи и целостность всех свойств предмета. Она обусловливает существование, функционирование и восприятие предмета именно как целого, т.е. отождествляет ассоциативное восприятие предмета с единством всех его свойств.

Важно отметить, что определение объекта проектного воздействия посредством указания на свойство ассоциативности или на ассоциативное значение может привести к смысловой путанице. Как отмечалось выше, свойство ассоциативности и ассоциативное значение взаимосвязаны. Взаимосвязь эта носит системный характер и может служить критерием определения объекта проектного воздействия. Свойство ассоциативности зачастую проявляется на основе случайных обстоятельств или внешнего сходства и поэтому нередко приводит к ошибкам. Ассоциативное значение всегда является необходимым и достаточным. Скала в природных условиях может ассоциироваться с понятиями «величие», «первозданная красота», «основательность», но не станет памятником, поскольку опирается на предварительное знание внутренней природы предмета, либо случайно угадывается. Памятник же, предназначение которого в передаче идеи величия, благородства и благодарности, может ассоциироваться со скалой. В первом случае проявляется свойство ассоциативности, во втором — ассоциативное значение.

Категории «ассоциативное значение» и «свойство ассоциативности» отражают диалектику приобретенного и присущего. Ассоциативного значения (приобретенное) не может быть в отрыве от свойства ассоциативности (присущее) предмета. Ассоциативное значение является проявлением свойства ассоциативности и выражается через отношение предмета к другим объектам и к человеку.

Ассоциативное значение в качестве проектной идеи основано на устойчивой системе связей различных свойств предмета. Человек воспринимает ценность проектной идеи через ассоциативное значение, если оно реально демонстрирует закономерные взаимосвязи всех свойств предмета (формы, материала, конструкции, композиционного решения). Очень важное значение имеет закономерность и логичность связей свойств предмета, поскольку проектная идея, по сути, является отражением этих связей, и адекватность восприятия ассоциативного значения, лежащего в основе проектной идеи, во многом зависит от логичности этих связей.

Напрашивается вопрос, должен ли дизайнер стремиться к однозначному ассоциативному значению разрабатываемого объекта

или допустимы несколько ассоциативных значений? Все зависит от специфики разрабатываемого объекта. Если вновь обратиться к примеру памятника, то очевидной станет важность однозначности ассоциативного значения. Памятник, предназначенный для увековечивания памяти о каком-либо великом событии, неминуемо ассоциируется с такими понятиями, как «величие» и с его производными. Очевидно, что в этом случае наличие нескольких ассоциативных значений, тем более противоречивых, недопустимо. Следовательно, проектной целью становится достижение однозначного ассоциативного значения. Однако диапазон объектов дизайнерского воздействия широк и не ограничивается единичными объектами знакового значения, как тот же памятник. Если как пример взять обычную скамью и рассмотреть ее в разных предметно-пространственных ситуациях, то можно легко убедиться, что, в зависимости от контекстов среды, она приобретает соответствующие ассоциативные значения. Даже при одинаковых формальных решениях в садово-парковой среде скамья может ассоциироваться с местом отдыха, а на детской площадке выступать уже как элемент игрового комплекса. Очевидно, что в случае памятника, где в среде превалирует содержательное, смысловое и символическое назначение, первичное ассоциативное значение (проектная идея) в восприятии человека не трансформируется и имеет понятийную структуру. Во втором случае, в предметной среде со строго выраженным функциональным назначением, где первичное (проектное) ассоциативное значение отражает объективную средовую реальность, предметы ассоциируются в большей степени по своим формальным, утилитарно-прагматическим признакам. Осознание и осмысление проектной идеи происходит посредством вычленения некоторых наиболее понятных человеку и значимых для него структурных составляющих первичного ассоциативного значения (проектной идеи) предмета, стимулирующих появление разнообразных ассоциаций, которые впоследствии, в зависимости от средовой ситуации, приобретают соответствующий статус ассоциативного значения самого предмета. При этом вычленение выступает как процесс деятельности, а осознание — через формирование ассоциативного значения — как

результат этой деятельности [2]. Именно поэтому ассоциативное значение часто воспринимается как не имеющее принципиального отношения к предмету (к форме, смыслу, функции и т.п.) явление, не влияющее на его реальное функционирование, но необходимое для осмысления и содержательного освоения предмета. И поэтому для последнего необходимо на проектном уровне предусмотреть возможные трансформации ассоциативного значения или, как вариант, придать ему несколько ассоциативных значений.

Таким образом, с точки зрения дизайна, между категориями свойства ассоциативности и ассоциативного значения существует иерархическая взаимосвязь. Свойство ассоциативности предполагает появление ассоциативного значения. Ассоциативное значение демонстрирует, делает осязаемым свойство ассоциативности.

Нетрудно заметить, что с позиции дизайна возможны различные подходы к определению этих категорий, что может привести к логическим затруднениям в установлении их роли в теории и практике дизайна. Эти затруднения возможны не только из-за того, что по-разному могут пониматься сами категории «свойство ассоциативности» и «ассоциативное значение», что может стать препятствием в теоретических исследованиях, поскольку речь идет не о терминологических различиях, а об определенном выражении теоретического понимания сущности этих категорий как специфических предметов дизайнерского познания. Разнообразие возможных точек зрения не дает достаточного представления о реальности, которую отражают эти две категории, в связи с чем их взаимоотношения просматриваются недостаточно четко. Проблема в том, что между этими категориями существует промежуточное связующее звено. Этим звеном является ассоциативный потенциал предметов, на рассмотрение, определение и осмысление которого нацелены действия дизайнера в процессе поиска проектной идеи. Ассоциативный потенциал объектов дизайна обеспечивает не только логическую взаимосвязь категорий «свойство ассоциативности» и «ассоциативное значение», не только способствует генерации проектной идеи, но и подсказывает проектную проблему, очерчивает ее границы, направляет проектные действия.

Ассоциативный потенциал — важная, требующая отдельного рассмотрения характеристика объектов дизайна. Поэтому в рамках данной статьи ограничимся лишь констатацией того, что ассоциативный потенциал объектов дизайна — это источник вдохновения, расширяющий воображение дизайнера и стимулирующий процесс формирования проектной идеи.

Библиография:

1. *Кассирер Э*. Философия символических форм. Т. II: Мифологическое мышление / пер. с нем. С.А.Ромашко. — М.: Академический Проект, 2011. — 279 с. (Философские технологии)

2. *Мкртчян С.В*. Ассоциативное значение объектов дизайна // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. — 2016. — № 4.