

Формирование проектного образа дизайн-продукта на основаниях теории знаков Ч.У. Морриса

Научный руководитель – Жердев Евгений Васильевич

Погорелов Дмитрий Борисович

Аспирант

Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г.

Строганова, Москва, Россия

E-mail: techmann@mail.ru

Сегодня каждая вещь, продукт, созданный промышленным способом, проходит этап дизайн-проектирования. Этот этап является необходимым не только с целью определения конструктивно-технологических качеств продукта, но, главным образом, здесь определяется жизнь продукта и его потребителя в социально-культурной среде. Дизайнер, сталкивается с задачей определения качеств и свойств продукта, которые потребитель смог бы идентифицировать как необходимые ему. Определение целей и задач потребителя уточнит утилитарные функции дизайн-продукта; с точки зрения личности потребителя изучаются его стиль и уровень жизни, мировоззрение, вкус, положение в социуме, что определит эстетическую составляющую дизайн-продукта. В конечном итоге, дизайнеру необходимо определить идентичность потребителя, чтобы создать соответствующий ей дизайн-продукт [3]. Таким образом, существует множество различных и не сводимых друг к другу факторов, которые нуждаются в объединении в дизайн-продукте.

С целью сведения всех факторов в единую форму, дизайн-продукту придается доступный для понимания образ. Образ позволяет представить в художественно-выразительной форме основные качества и свойства дизайн-продукта. Он ярко выражает основную суть объекта проектирования, что легко идентифицируется потребителем. Обладая качествами ясной коммуникации между человеком и вещью, человеком и обществом, образ представляется идеальным средством отражения действительности и переноса смыслов этой действительности на форму объектов проектирования. О.Б. Чепурова, исследуя художественный образ в дизайн проектировании культурно-бытовой среды, резюмирует: «Художественный образ. . . — это привнесение смыслового содержания в иносказательной форме через заимствование природных и социокультурных явлений; это результат и идеальная форма отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека» [4].

Образ, рассматриваемый в контексте дизайн-проектирования, создается преднамеренным путем, путем моделирования идеальных форм решения стоящих целей и задач, и его стоит определить как проектный образ.

Вышесказанное позволяет провести аналогию, соотнести проектный образ дизайн-продукта со знаковым средством, а проектирование дизайн-продукта определить как проектирование знака, процесс знакообразования. Знак — это абстрактный или материальный объект, носитель смысла (информации), репрезентирующий другой объект или явление. Осмысление дизайна как проектирование знака нашло свое отражение в работах О.И. Генисаретского, Г.П. Щедровицкого, В.Ф. Сидоренко, Е.В. Жердева, Г.Н. Лола, Т.О. Габриеляна, А.В. Панкратовой. В основание данных работ положены теоретические исследования и модели знака Ф. де Соссюра — означающее-означаемое, Ч.С. Пирса — знак-объект-интерпретанта, Г. Фреге — знак-значение (денотат)-смысл, Р. Барта — значение как денотат и ряд коннотаций. Эти модели представляют лишь герменевтическую ценность, то есть ценность определения и интерпретации смысла, и имеют абстрактное значение

для дизайн-проектирования, не выявляют понимания того, как создать этот знак. Такое понимание обеспечивает теория Ч.У. Морриса, раскрытая в труде «Основания теории знаков» [5]. Она описывает правила знакообразования, которые разделяются на правила семантики (отношение знаков к объектам), синтактики (отношение знаков друг к другу) и прагматики (отношение знаков к субъекту). Данная теория и ее правила имеют корреляцию с правилами создания проектного образа. Эта корреляция описана в работе Е.В. Жердева «Метафора в дизайне», но она так и не приобрела дальнейшего осмысления в контексте проектирования объектов промышленного дизайна [1]. Корреляция заключается в следующем:

- Правила семантики коррелируют с принципами создания смысла в объекте: объект как совокупность социально-культурных факторов; перенос смысла и образа объекта на объект проектируемый — реферативный перенос [2]; эстетический уровень дизайн-продукта;
- Правила прагматики коррелируют с принципами целесообразности создания продукта: объект как форма, удовлетворяющая целям и задачам потребителя; утилитарный уровень дизайн-продукта.
- Правила синтактики коррелируют с правилами создания композиции, используя средства и методы проектирования: объект как структура, организованная средствами и методами конструирования и художественной выразительности; позволяет осуществить синтез правил семантики и прагматики — создание нового знака, объекта действительности.

Данная корреляция позволяет взглянуть на дизайн-продукт как с точки зрения предмета искусствоведческого анализа: анализа с формальной и семиотической точки зрения, — так и с точки зрения создания, синтеза проектного образа, определяя некоторые качества дизайн-продукта, чтобы затем перевести их в плоскость знакообразования.

Примером анализа может послужить точилка Р. Лоуи. Здесь уровень семантики и эстетики — это образ, отсылающий к технологическим (культурным) достижениям 1930-х гг: аэродинамическая форма, блестящие хромированные поверхности вызывают чувство безупречности и авангарда. Уровень прагматики — конструкция, структура точилки удовлетворяющая осуществлению этого процесса. Уровень синтактики — органичный перенос семантики образа реферируемого объекта на объект проектируемый, удовлетворяющий уровню прагматики; поиск аналогий сопрягаемых образов и структур.

Формирование проектного образа в промышленном дизайне на основании теории знаков Ч.У. Морриса — это метод, который позволяет осмыслить дизайн-проектирование не только как процесс формального создания новых знаков и языка культуры, но и интегрировать дисциплину «дизайн» в современные тенденции производства дизайн-продуктов как средств массовых коммуникаций.

Источники и литература

- 1) Жердев Е.В. Метафора в дизайне / Жердев Е.В.: Учеб. пособие. Издание 3-е. — М.: Архитектура-С, 2012. — 464 с., ил.
- 2) Лободанов А.П. Семиотика искусства: история и онтология: Учебное пособие. — 2-е издание. — М.: Издательство Московского университета, 2013. — 680 с., илл., табл., схемы, нотные примеры.

- 3) Погорелов Д.Б. Концептуализация образа дизайн-продукта на основании идентичности / «Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА» /Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова. – МГХПА, 2017. – № 4. Часть 2 – 160 – 173 с.
- 4) Чепурова О.Б. Художественный образ в дизайн-проектировании объектов культурно-бытовой среды: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.06. М., 2004. 179 с.
- 5) Morris C.W. Foundations of the Theory of Signs. The University of Chicago Press.: Chicago, Ill, 1938. — 59 p.