

В.В. ЦЫННОВА
(Волгоград)

**АССОЦИАТИВНО-ОБРАЗНОЕ МЫШЛЕНИЕ КАК ТВОРЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ
ХУДОЖЕСТВЕННО-ГРАФИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ**

Отражена специфика творческого процесса специалистов художественно-графического профиля, деятельность которых связана с созданием визуальных образов средствами графики.

Ключевые слова: *ассоциативно-образное мышление, график, дизайнер, коррелятивность, творческие задачи, оригинальность.*

Ассоциативно-образное мышление относится к числу важнейших компонентов профессиональной деятельности специалистов художественно-графического профиля, потому что способствует успешному решению творческих задач. В качестве меры, определяющей успешность их решения, выступает оригинальность, предпосылкой возникновения которой и является вышеназванный тип мышления.

Профессиональная деятельность специалистов художественно-графического профиля, к которым можно отнести всех, чья деятельность связана с созданием визуальных образов средствами графики, отличается творческим характером, у которого, однако, есть своя специфика. Свобода творческой деятельности графика, иллюстрирующего книгу, и дизайнера-графика, разрабатывающего визуальные сообщения различного уровня и сложности в рекламе, издательской деятельности и печати, кино, телевидении, компьютерной и электронной технике, сфере публичных рилейшнз и других областях массовой информации, ограничена эстетическими предпочтениями потребителя творческого продукта. В отличие от свободного художника, обладающего в искусстве полным правом на самовыражение, специалист художественно-графического профиля ограничен исходными ожиданиями или требованиями, предъявляемыми потребителем к проектируемому визуальному образу. Если содержание художественных образов, творимых свободным художником в искусстве, определяется индивидуальным своеобразием его внутреннего мира, то первичной основой образов, создаваемых дизайнером-графиком и отчасти графиком-иллюстратором, является, в первую очередь, информационное сообщение, которое ему предлагается заказчиком и содержание которого, соответственно, определяется не им самим. В связи с этим образ как продукт художественно-проектной деятельности фактически представляет собой визуальную интерпретацию информационного сообщения, переведенного специалистом художественно-графического профиля на общепонятный язык, часто ориентированный на конкретную группу потребителей. Именно поэтому для образа, возникшего как результат художественно-проектной деятельности художника-графика и дизайнера-графика, основополагающей является *коммуникативная функция*. Этим обстоятельством определяется *специфика творческого процесса* специалистов художественно-графического профиля, которая заключается в необходимости преодолевать разрыв между предопределенностью условий поставленной информационной задачи и интуитивно-эмоциональным, а потому непредсказуемым творческим процессом, т.е. необходимо интегрировать в единство априори несовместимое: устойчивую предсказуемость содержания и спонтанность поиска формы его выражения.

Вышеназванной спецификой творческого процесса специалистов художественно-графического профиля обусловлены особенности процесса их профессиональной подготовки, который должен осуществляться по двум направлениям:

- формирование практических изобразительных навыков;
- овладение творческим опытом поиска визуальных решений задач, обладающих информационной определенностью.

Существующая в художественно-графическом образовании система обучения обладает достаточными возможностями для эффективной профессиональной подготовки специалистов этого профиля по

первому из вышеназванных направлений. Второе же направление еще недостаточно обеспечено арсеналом педагогических средств, позволяющих студентам овладеть той спецификой творческого процесса, которая свойственна именно специалистам художественно-графического профиля.

Следует учитывать, что особенности педагогических средств всегда обусловлены характеристиками цели. По выражению В.В. Серикова, сущность педагогического средства определяется его назначением – способствовать достижению педагогической цели [5], одной из которых в процессе подготовки будущих специалистов художественно-графического профиля является формирование творческого компонента их профессиональной деятельности, что обусловлено ее спецификой. Как показывает анализ специальной литературы (Е.Я. Басин, А.Г. Маслоу, Б.Н. Пойзнер, Э.А. Соснин и др.), к наиболее значимым характеристикам творческого компонента можно отнести:

- *оригинальность*, проявляющуюся в умении создавать продукт, характеристики которого отличаются от общепринятых;
- *гибкость*, выражающуюся в готовности к изменениям уже созданного продукта;
- *восприимчивость*, которая реализуется в чувствительности к необычным деталям, противоречиям и неопределенности, а также готовности быстро переключаться с одной идеи на другую;
- *метафоричность*, проявляющуюся в умении увидеть в простом сложное, а в сложном – простое, а также в готовности работать в необычном контексте.

Вышеназванные характеристики являются общими, они свойственны творческому компоненту, включенному в контекст любой сферы профессиональной деятельности. В ходе подготовки специалистов художественно-графического профиля следует учитывать соотнесенность творческого компонента со спецификой творческого процесса, присущей их профессиональной деятельности, т.е. с необходимостью преодолевать разрыв между предопределенностью условий поставленной информационной задачи и интуитивно-эмоциональным, непредсказуемым творческим процессом. В связи с этим в контексте художественно-графической деятельности творческий компонент, о котором идет речь, должен служить средством преодоления такого рода разрыва. В этом качестве может выступать ассоциативно-образное мышление как обладающее необходимыми характеристиками. Это обусловлено рядом причин. Во-первых, мышление – процессуальная категория, направленная на решение задач и получение определенных результатов, и «предполагает активную конструктивную деятельность по переструктурированию исходных данных, их расчленение, синтезирование и дополнение» [2, с. 137]. В контексте профессиональной деятельности специалистов художественно-графического профиля в качестве исходных данных выступает определенное заказчиком информационное сообщение, которое должно обрести общепонятную образную форму выражения. Это требует анализа составляющих его компонентов (расчленение), наделения их дополнительными чувственно-смысловыми характеристиками (дополнение) и интеграции предзаданных и вновь привнесенных компонентов в единство образа (синтезирование). Во-вторых, ассоциативность является мощным катализатором поиска новых идей, образов, она выражается в умении найти корреляты чувственного и интеллектуального компонентов познания. Это дает возможность определить адекватное соотношение компонентов информационного сообщения, являющегося исходной основой профессиональной деятельности дизайнера-графика и художника-графика, с объектами реальной действительности и эстетическими предпочтениями и ожиданиями потребителя. В-третьих, образность мышления позволяет достичь единства разнородных компонентов в целостности визуальной формы, которую обретает конечный продукт художественно-графической деятельности.

Вышеназванные возможности ассоциативно-образного мышления позволяют считать его творческим компонентом профессиональной деятельности специалистов художественно-графического профиля, адекватным специфике их творческого процесса, т.к. этот тип мышления обладает необходимыми характеристиками для преодоления разрыва между предопределенностью условий поставленной информационной задачи и интуитивно-эмоциональным, непредсказуемым творческим процессом. Ассоциативный аспект данного типа мышления посредством возникающих случайных связей – ассоциа-

ций – выступает механизмом «сборки» образной формы выражения информационного сообщения, тогда как его образный аспект способствует достижению того уровня обобщения всех составляющих компонентов, на котором возникает качество целостности.

В психолого-педагогической литературе, а также в исследованиях по искусствоведению и эстетике достаточно полно изучены типы мышления, необходимые для создания продукта художественной деятельности. Имеется в виду художественное, образное, ассоциативное мышление (Е.Я. Басин, Г.Л. Головинский, Л.С. Коршунова, Н.А. Кушаев, В.Д. Остролинский, В.И. Петрушин, Л.А. Рапацкая, Г.М. Цыпин, П.М. Якобсон и др.). Однако в контексте профессиональной подготовки студентов художественно-творческих специальностей вышеперечисленные типы оказываются недостаточны, что подтверждается наличием научных исследований, посвященных интегративным разновидностям мышления: художественно-творческому, художественно-образному, ассоциативно-образному (И.Г. Дымова, И.А. Лескова, О.И. Олонцев и др.). Это обусловлено спецификой профессиональной деятельности и соответствующими ей педагогическими целями. Для их достижения требуется использование совокупных возможностей разных типов мышления, которые, дополняя друг друга, образуют качественно новый уровень решения профессиональных задач и получения определенных результатов.

Процесс интеграции двух типов мышления требует сочетания их исходных характеристик и определения основы их соединения. В этом качестве выступает сфера профессиональной деятельности, специфика которой требует их интеграции.

Под образным мышлением обычно подразумевают процесс познавательной деятельности, направленный на отражение существенных свойств объектов (их частей, процессов, явлений) и сущности их структурной взаимосвязи [1]. Ассоциативное мышление определяется как мышление, использующее закон ассоциации (сочетания): любая связь представлений и действий выводима из ощущений и оставленных ими следов в мозгу.

Интеграция двух типов мышления, как было сказано выше, осуществляется с учетом специфики сферы профессиональной деятельности, для которой они соединяются. В частности, И.Г. Дымова, рассматривая ассоциативно-образное мышление в контексте профессиональной подготовки студентов музыкальных училищ, определяет его как «генетически обусловленный, универсальный механизм целостного восприятия и отражения объектов познания посредством художественных образов, связанных между собой по принципу ассоциирования (соотнесения, сопоставления, уподобления и пр.) и несущих определенную смысловую нагрузку в художественной системе произведения» [3, с. 10].

В контексте профессиональной деятельности специалистов художественно-графического профиля представляется необходимым дать иное определение ассоциативно-образному мышлению. *Ассоциативно-образное мышление* – это основанный на ассоциациях процесс переработки информации утилитарного значения в эстетически или художественно значимую информацию, выражающую в соответствии с логикой образа существенные признаки объектов (их частей, процессов, явлений) и их структурную взаимосвязь. Оно оперирует категориями и языковыми средствами искусства, не редуцируемыми к механизмам традиционного логико-предметного мышления и ориентированными на высшие человеческие функции.

Продуктам ассоциативно-образного мышления свойственны:

- эстетическая ценность, заключающаяся в утверждении чувственно-выразительными средствами всеобщей значимости общепринятых норм прекрасного;
- образность как единство рационального и эмоционального, объективного и субъективного;
- индивидуальность автора, состоящая в умении включать эмпирически воспринимаемые объекты и впечатления в систему эстетических ассоциаций и связей, диктуемых творческим воображением.

Сущностной характеристикой ассоциативно-образного мышления является *коррелятивность* чувственного и интеллектуального компонентов восприятия и познания. Образующиеся в результате корреляты фактически представляют собой отражения объектов выражения (это могут быть предметы, явления, признаки) и в наглядно-образной форме раскрывают их особенности, значение, а также

ситуативно предсказывают форму применения этих объектов или их потенциальное поведение. Ассоциативность и образность как взаимодополняющие аспекты этого типа мышления определяют наличие в проектируемом образе эмоционально-окрашенной семантики, которая инициирует возникновение у зрителя личностного отношения к визуальному образу, выражающему исходное информационное сообщение. Благодаря ассоциативности эта семантика не ограничена конкретностью смысловых значений образа, а обладает неопределенностью, которая допускает многозначность истолкования. Это позволяет визуальному образу инкорпорироваться в различные смысложизненные контексты зрителя. В художественно-проектной деятельности специалиста художественно-графического профиля такой образ обретает коммерческую успешность, т.к. обладает возможностью ассоциативной связи со смысложизненным контекстом представителей различных социальных групп.

С точки зрения семиотики выраженные в наглядно-образной форме корреляты, возникающие в процессе ассоциативно-образного мышления, представляют собой информационные коды, под которыми подразумевают «соответствие между формой и содержанием, т.е. сумму способов перехода между формой и содержанием» [4, с. 14]. С их помощью воспринимающий дешифрует значение интересующего его сообщения. Тем самым обеспечивается формирование коммуникативной функции образа, являющейся основополагающей в художественно-проектной деятельности специалиста художественно-графического профиля (художника-графика, дизайнера-графика).

Литература

1. Валькман Ю.Р., Исмагилова Л.Р. О языке образного мышления. URL : <http://www.dialog-21.ru/Archive/2004/Valkman.htm>.
2. Давыдов В.В. Проблемы развивающего обучения: опыт теоретического и экспериментального психологического исследования. М. : Педагогика, 1986.
3. Дымова В.В. Развитие ассоциативно-образного мышления студентов музыкальных училищ в процессе музыкальной подготовки : автореф. дис. ... канд. пед. наук. Челябинск, 2003.
4. Почепцов Г. Семиотика. М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2002.
5. Сериков В.В. Образование и личность. Теория и практика проектирования образовательных систем. М. : Логос, 1999.



Associative and figurative thinking as a creative component of the professional work of specialists in artistic and graphic sphere

There is covered the specificity of the creative process of specialists in artistic and graphic sphere, whose work is connected with creating visual images by means of graphic arts.

Key words: associative and figurative thinking, graphic artist, designer, correlativity, creative tasks, originality.