

УДК 122:7.012

СПЕЦИФІКА ДИСКУРСУ ІТАЛІЙСЬКОЇ МОДЕЛІ ДИЗАЙНУ ЯК ЗАГАЛЬНОВИЗНАНОГО ЛІДЕРА СВІТОВОГО ДИЗАЙНУ

Рижова І.С. (м. Запоріжжя)

Анотація

В статті проаналізовано специфіка дискурсу італійської моделі дизайну як загально визнаного лідера світового дизайну; дається аналіз дизайнерської італійської культури як такої, що перетворює світ людини; визначено, що культурна традиція залишається універсальним механізмом, який завдяки селекції життєвого досвіду, його акумуляції і просторово-часовій трансмісії дає змогу засобами, в тому числі і дизайнерської діяльності, досягати необхідної для існування соціальних організмів стабільності.

In this article the specifics of discourse of the Italian design model as commonly recognized leader of the world's design has been analyzed; the analysis of Italian design culture which changes human's world, has been given. It was determined that cultural tradition keeps being a universal mechanism, which due to the selection of life experience, its accumulation and space and time transmission provides an opportunity to attain the stability, with different methods including design activity which is necessary for the existence of social organisms.

Ключові слова

ІТАЛІЙСЬКИЙ ДИЗАЙН, ІТАЛІЙСЬКА ЛІНІЯ, ПРОМИСЛОВИЙ ДИЗАЙН, АР ДЕКО, ШКОЛИ ПРОМИСЛОВОГО ДИЗАЙНУ, ЕКОЛОГІЧНИЙ ДИЗАЙН, ГРУПА "МЕМФІС", ФІРМА "ОЛІВЕТТІ", ІТАЛІЙСЬКА ФОРМА, ІТАЛІЙСЬКА ІДЕЯ.

Вступ

Італійський дизайн є одним із загально визнаних лідерів світового дизайну, який останні 10-15 років розвивається під знаком "національних ідей". Серед причин і джерел інтелектуальних і загальнокультурних трансформацій, що поставили під сумнів саму парадигму людської цивілізаційної креативності. Безумовний пріоритет віддається двом епохальним подіям: по-перше, екологічна криза, що охопила не тільки сферу відносин людини і природи, але і сферу відношень людини, і другої – штучної – природи, а отже і сферу культурну, антропологічну, духовну; по-друге, так звана постіндустріальна революція, яка вирішила цілий ряд колізій і проблем, що виникли на попередньому, індустріальному етапі, але породила безліч нових проблем, що не піддаються ні вирішенню, ні адекватному тлумаченню в межах попередніх інтелектуальних схем. В дизайні цей процес дифузії попередньої раціональної парадигми, відомої під назвою "класичного раціоналізму" (чи модернізму), має достатньо глибокі історичні корені.

Пояснюється це тим, що дизайн самим безпосереднім чином предметно включений в екологічні і постіндустріальні процеси, являючись в певному розумінні її тоталізатором, а також тим, при якому модерністська парадигма до недавнього часу володіла статусом, власне, професійної парадигми.

Мета статті: виявлення актуальних проблем італійської моделі дизайну як загальноновизнаного лідера світового дизайну.

Обговорення проблеми

Італійський дизайн, відомий своїми антимодерністськими тенденціями, майже до 80-х р. розглядався як джерело небезпеки і власне професіоналізації. За точку підрахунку сучасного дизайну, як особливої галузі і дисципліни в рамках проектної культури слід, взяти промислову революцію, що породила активну інституціоналізацію дизайну як самостійної професії, за якою закріпився статус “промислового дизайну”. Якщо розглядати промисловий дизайн не з точки зору професійної реальності, а як модель, проект дизайнерської професії, то перед нами предстає модель системи, що вражає своєю внутрішньою логічністю, чітким структуруванням, універсальністю, що робить її зразком модернізованого італійського менталітету. Причому фундаментальна системоутворююча, а значить, і структурована, смислоутворююча і ціннісна роль відводиться саме сполученню “промисловий”, що актуалізує професію дизайнера через конкретизацію загального феномена дизайну, що власне і є італійською парадигмою. Саме тому промисловий дизайн характеризується артистичністю, гетерогенністю, міжвидовим характером, творчою свободою, традиційним тлумаченням дизайну як ремесла. **Визначення “промисловий”** поєднує в собі переваги предметності, технологічності і ціннісної зумовленості, включаючи переваги стратегічності, спеціалізації і універсалізації. Дійсно, поняття “промисловий дизайн”, з однієї сторони, визначало професію дизайнера в контексті промислового виробництва (машинне, заорганізоване до можливих меж автоматизму, механічне і механістичне), виробничої необхідності; економічністю, пріоритетну роль економічного фактора і виводило із цієї необхідності сам дизайнерський метод (раціональність, експліцитність, однозначність проектного замислу, типизованість, об’єктивна обґрунтованість). З іншої сторони, феномен “промисловий дизайн” відкривав нові можливості перед дизайнерами для соціального проектування: естетичні, етичні, культурологічні, космічні горизонти.

Професійна парадигма промислового дизайну виходила із прогресивності такої інтеграції і розвивалася в системі функціональних промислових зв’язків, осмисленості цілісного і осмисленого буття (дизайн як “гвинтик в єдиному механізмі”). Найважливішою домінантою промислового дизайну є культура, виховання, просвітництво. Сам проект дизайнерської професії був універсальним в географічному, національному, етнокультурному відношеннях, рівно як і саме

промислове виробництво, наднаціональне за визначенням. Отже, в італійській парадигмі дизайну виокремлюються: комерційний дизайн; промисловий лише за технологією реалізації проекту, але орієнтований на вільний ринок; арт-дизайн; підірвав основи промислового дизайну своєю артистичністю і не підконтрольністю.

Характерними рисами італійського дизайну є такі риси як: особистісне начало, інтимність, автобіографічність, відсутність претензій на всезагальність, нормативність, несуворість понятійного апарату, широке використання тропів, есеїзм і белетризм теоретично-методичних текстів, тісний зв'язок з творчим процесом, пластика лакуни в дискусії [1].

В основі парадигми “італійський промисловий дизайн” - “італійська форма”, “італійська лінія”; “італійський стиль”, що детермінується не підконтрольністю, з пріоритетом екстравагантного експериментаторства та високої професійної майстерності. Парадигма італійської моделі дизайну супроводжувалась деструкцією модернізму, постмодерністською переоцінкою професійних цінностей, розвиваючись в сторону гедонізму, нового прагматизму “профі”; немодерністської проблематики. Доробок “Дизайн в Італії: 1945-1972”, який вийшов в 1972 р. є першим монографічним дослідженням історії італійського дизайну. Паоло Фоссаті писав, що історія італійського дизайну є короткою: скоріше слід говорити не про історію, а про передісторію, історія італійського дизайну зводиться до останніх 20 років. В 1982 р. з'явилася монографія під редакцією В.Греготті “Дизайн промислової продукції. Італія: 1860-1980”, в якій хронологічні рамки відсунулися майже на століття. Дискусії щодо молодості італійського дизайну П.Фоссаті відносить до дискурсів появи дизайну як інституту та самовизначення професійної галузі дизайну. **Саме в 50-60 рр. інтенсивна інституціоналізація дизайну** співпадає з поняттям “хороший дизайн”, що являє собою конкретну ступінь і тип організованості професійних структур і вироблення наднаціональної дизайнерської парадигми. З цієї точки зору італійський дизайн до початку 70-х р. дійсно був молодий, але формування і власне професійне самовизначення дизайну розпочалося в Італії у другій половині 50-х рр. Поняття “промисловий дизайн” ввійшло в Італію із США тільки в 1949 р., апелюючи до художнього виробництва, яке формувалося практично в першій половині ХХ ст., коли були відсутні будь-які системи дизайнерського проектування. З 60-70 рр. процес інституціоналізації дизайну просувався повільно. За точку підрахунку брався дизайн як факт, проектна практика, яка спиралась на професіоналізовану свідомість, як кваліфікування певної професійної культури чи ареалу, зрілість якої зумовлена внутрішньою цілісністю, закономірністю, відрефлексованістю. З 60-70-х рр. промисловий дизайн в Італії являє собою зріле соціальне явище, зразок адекватної професійної

культури, що є носієм самобутньої “італійської лінії”, одним із претендентів на світове лідерство.

В історіософії нового дизайну розвивається ще й така точка зору, яка відображена в монографії А.Бранці “Гарячий дім”, де історія італійського дизайну являє собою послідовне розгортання проектних альтернатив. 40-50 рр. поклали початок обновленню, реконструкції життя країни; поняття “реконструктивний період” виникло саме в 40-50-і рр., з якого починаються всі прогресивні зміни, побудова нового типу дизайнерських відносин, нової дизайнерської культури. В такому реконструктивному контексті філософії дизайну виникає проектування, в першу чергу, градобудівництво, пов’язане своїми професійними засобами, в основному – виробничо-економічними важелями перебудови країни. Воно являє собою одну із основних ланок в будівництві нової культури, культури масової і народної, як носіїв ідеалів нової естетики, естетики неореалізму. В контексті модерністської культури дизайну - нова архітектура (сучасний рух) і промисловий дизайн, який постулював нову естетику, адекватну “технологічному віку”, в тому числі як засобу модернізації життя в дусі модернізації і демократизації [2].

На протязі першої половини ХХ ст. в Італії так і не склалася загальнонаціональна виробничо-екологічна структура індустріального типу, яка компенсувалось широким розвитком ремісничого і напівремісничого виробництва **локального характеру**, стійкі традиції, особливо в сфері виробництва меблів, посуду, тканин, будматеріалів. Фактично з напівремісничого типу розвивалися і сучасні сфери – транспортне машинобудівництво, автомобіле - і авіабудівництво, радіопромисловість. Таким чином, виробництво було малосерійним, навіть унікальним, і обслуговувало в основному локальні чи спеціалізовані ринки, один із об’єктивних імпульсів до створення системи дизайнерського проектування – велика промисловість і єдиний масовий ринок – в Італії були відсутні.

Мало сприяла самовизначенню дизайну і ситуація в італійській культурі тих років. Реформаторство модерністського толку найтіснішим чином перепліталось з тенденцією відродження національних традицій. Традиції високого мистецтва, монументального “великого стилю” сприймалися як аутентично-італійські і не могли не вплинути на характер італійської проектної культури, в тому числі на долю дизайнерсько-художнього авангарду. Адекватним відображенням цього парадоксального культурного синкретизму була Міланська трієннале - періодична міжнародна виставка дизайну, декоративного і промислового мистецтва, яка почала своє існування з 1923 р., яка пропагувала італійську національну дизайнерську культуру, мислилась як засіб розвитку дизайнерської культури шляхом розвитку контактів мистецтва і виробництва, популяризації італійської продукції на зовнішньому і внутрішньому ринках, являла собою висхідний реконструктивно-модерністський імпульс розвитку дизайну в Італії.

Італійська виставка, як місце консолідації всіх національних дизайнерських сил на основі концепції народної культури, представляла собою достатньо доцільне поєднання уявлень, що були запозичені із німецького Веркбунду, англійського руху “Мистецтво і ремесла” наївного соціалізму, стала дзеркалом італійської культури, місцем мирного співіснування всіх течій – від традиціоналізму - до фольклоризму, до таких авангардних течій як футуризм і раціоналізм, які не відрізнялися ні ідейною, ні стильною монолітністю, сполучаючи соціальний і естетичний модерністський радикалізм з високим елітарним мистецтвом і класичною традицією [3]. Одним із яскравих зразків італійської дизайнерської культури є “новечентизм” – італійський варіант “ар деко”, який не являє собою цільного художнього напрямку, а включав різноманітні дизайнерські смаки, сполучаючи модернізм з класичною традицією дизайнерської культури. Цей традиціоналістський модернізм, чи модерністський традиціоналізм, глашатаєм якого був Джо Понті, головний редактор журналу “Domus” – один із самих впливових дизайнерськи-художніх журналів того часу, асимілювався як пізній футуризм, так і популізм у формі високого ремесла, як ломбардський неокласицизм, так і раціоналізм, збираючи під знамена декоративного “стилю епохи”. Фактично з кінця 20-х рр., на Міланських трієннале тон задавав саме новечентизм. Саме у другій половині 30-х рр. спостерігається посилення позицій раціоналізму, прагматичної орієнтації, більш чіткої специфікації сфери проектування для промисловості. Всі ці фактори і виробничо-економічна відсталість, культурний провіденціоналізм, державна підтримка офіційної культури, сила локальних традицій і національної ідеї, економічна руйнація країни, відсутність єдності в сучасному дизайні, відносна слабкість футуризму і раціоналізму як опори сучасного руху і Італії, породили специфічний тип проектної культури, в рамках якої народжувалися перші кроки власне дизайнерського проектування.

На початку 20-х рр. з ініціативи того ж товариства “Уманітаріа” була зроблена спроба більш чітко спеціалізувати народжувану спеціалізовану професійну сферу – дизайнера, визначати межі цієї культури шляхом створень вищої дизайнерської школи. Створена в 1922 р. в Мінці біля Мілану Вища школа художньої промисловості (ISIA), яка проіснувала до 1943 р., виявилася лише слабким відображенням глобальних планів по створенню “німецького Баугауза”, являючи собою еkleктичне переплетіння імпортованих ідей європейського Модернізму, місцевих традицій художньо-реалістичного ремесла, чий авторитет в Італії був високим. **Першою характерною рисою італійської дизайнерської культури була відсутність вузької спеціалізації**, що сприймалася як частина національної традиції, яка сходить до ренесансного універсалізму, спонтанного дизайну як авторського, так і анонімного. Працюючи в традиційних виробничих структурах, італійський архітектор-

дизайнер, мав справу з архаїчною, але і виключно гнучкою технологією ручної праці і малих виробничих потужностей. Будучи змушеним пристосовуватись до жорстких вимог і законів багатосерійного індустріального виробництва, такий “протодизайнер” одночасно мав можливість отримати гарантію реалізації практично будь-якого замислу, Захоплення формою, акцентуація на формі, творча фантазія змогли розвинути майже в повну силу. Дизайнерська культура, незважаючи на слабкий розвиток промисловості в Італії, була високою, малоспецифічною, переважно винахідливою, мало цікавилась питанням оптимізації виробничого процесу, а інженерне конструювання змикалося з так званим технологічним ремеслом. Така формотворча орієнтація визначила долю функціоналізму в дизайні. Прагматизм і позитивізм, що заключалися в тезі “форма слідує функції”, були в кінцевому рахунку глибоко чужими в італійській дизайнерській культурі. Функція як робота і функція як користь рідко використовувалась естетично. Форма і функція в італійському “протодизайні” розглядалися феноменами, не зведеними один до одного. Форма в італійському раціоналізмі завжди розцінювалась як вираження комплексу прагматичних відношень, вона виражала стиль, дух епохи, соціокультурний і етичний ідеал, тобто в першу чергу була символічною. В цьому смислі поняття раціонального формоутворення було не тотожним розсудковому, але розумілося як істотне формоутворення, близьке за змістом поняттю конструктивної досконалості, відповідності форми матеріалу і технології. В цьому відношенні для дизайнерів було характерним захоплення середземноморською архітектурою, в якій вбачалося естетичне і етнокультурне обґрунтування дизайнерської творчості і діяльності.

Характерною рисою італійського передвоєнного дизайну був не тільки символізм, систематизація функції через пластику, а також експресії: від авторського самовираження - до вираження символічних уявлень надання дизайнерським виробам “статусного” значення, вираження символічного архетипу епохи “стиля епохи”. Обмежені можливості для реалізації нових, модерністських ідей в повсякденній дизайнерській практиці промисловості, немов би компенсувалися спробами ідеальної реалізації. Італійський передвоєнний дизайн був переважно дизайном експозицій. В кінці 40-х рр. оцінка італійської дизайнерської культури передвоєнного періоду відрізнялися сильним емоційним забарвленням, реконструктивний настрій часу диктував вихід із суперечливого клубка емоцій через специфічну систему ототожнень: модернізм-раціоналізм-націоналізм. Широкий раціоналістичний рух в італійській дизайнерській культурі у другій половині 40-х рр. спирався на інтенсивне засвоєння досвіду зарубіжного модернізму, на розвиток традицій передвоєнного раціоналізму, підйом якого вважався штучно перерваним війною [4].

Це виражалось, зокрема, в продовженні найбільш послідовних модерністських тенденцій, які були **дизайн - орієнтованими**. Питання

нової дизайнерської культури проявлялися ще в достатньо абстрактній формі, нове формоутворення дизайнерських речей розглядалося як результат поєднання користі з красою. Під користю розумілося адекватне відношення між матеріалом і технологією, інструментом і його призначенням; під красою символічна, стилістична, естетична спрямованість. Найближчим естетичним аналогом і еталоном в цьому відношенні були ті чи інші зразки дизайнерських форм, що характеризувалися такими рисами, як: штучність, багатофункціональність, компактність, простота (“антириторичність”), етичний зміст, “благородство скромності”, інструментальність функції. Перенесення уваги з питань функціональних і соціальних на стильові, формальні, прийшло у розріз із задачами раннього, програмного, неореалізму Бальдесарі, Спілімберго і Понті, які робили ставку не на розвиток ідей та концепцій філософії дизайну, а на досконалість речей, виробів, високу якість, вишуканий стиль та досконалість виробів, при цьому орієнтуючи дизайн на “високе ремесло” і унікальний дизайн. Все це привело до реалізації принципу (лозунгу): “дизайн – міра людини”, який повинен впливати на людину, її безпосередньо емоційний стан. Так, Роджерс звертається не стільки до гіпотетичної нової людини, скільки до людини як родової істоти; представлений ним дизайн мислився саме як міра саме такої людини. Заслуга італійського дизайну в тому, що була зроблена спроба осмислити його як соціокультурний феномен, так як дизайнер створював нові, безпрецедентні форми, які виражають нові способи життя; саме дизайн повинен був прийти до інтегрального планування всієї людської діяльності, як засіб здійснення гуманістичних соціальних цілей [5].

З 1950 р. під керівництвом Альберто Росселі почав видаватись журнал “**Промисловий стиль**”, власне перший дизайнерський журнал, який розвивав концепцію філософії дизайну в контексті його техніко-технологічної еволюції, розвитку дизайнерської освіти за кордоном; виявлення соціокультурних функцій дизайну. В 1956 р. була створена Асоціація промислового дизайну, що сприяла інституціоналізації італійського дизайну та появі нової професії – дизайнера. Специфіка дискурсу італійської моделі дизайну зводилася до таких теоретико-методологічних засад: культурна і виробнича зумовленість діяльності дизайнера і методів дизайну; функціональні особливості дизайнерських виробів; співвідношення об’єктивних законів і вимог, можливостей суб’єктивного вираження в творчості дизайнера; еволюція формоутворення в промисловому дизайні; специфікація промислового дизайну за засобами проектування і формами реалізації проекту.

Практика італійського дизайну, як загальноновизнаного лідеру світового дизайну з 50-60-х рр. ХХ ст., продовжує існувати в полівалентній формі, зберігаючи свою поліцентричність, свій, переважно гуманітарний характер, входження в “тіло” проектної і художньої

культури. Інтерес до дизайнерської освіти з'являється в середині 50-х рр. ХХ ст.; школи дизайну розглядаються як центри консолідації дизайнерських сил, засіб уніфікації професійної дизайнерської свідомості, розвитку засадничих принципів дизайнерського проектування, подолання розвитку спеціалізації і автономізації дизайнерської діяльності. В 1960 р. у Венеції, в 1962 р. – у Флоренції, в 1964 р. - у Римі були створені школи промислового дизайну, орієнтовані на широку підготовку дизайнерів для промисловості. Були організовані Вищі курси у Флоренції – підготовку художників – керамістів, в Урбіно і Пармі – поліграфічна школа, яка мали велике значення для становлення італійського дизайну. Так, у Флоренції в архітектурному інституті зародився “радикальний дизайн”, в Неаполітанському архітектурному інституті – був покладений початок розгортання концепції “проектування” [6]. Несподівано італійський дизайн перетворився в одного з лідерів світового дизайну, що привело до виникнення міфу “про італійський дизайн”, в якому головною фігурою був дизайнер, а головним механізмом його появи – “чудо”.

Формуванню італійського дизайну як “чуда” сприяли **визначні італійські дизайнери [7]:**

Ауленті Гає (1927) – дизайнер, яка приймала активну участь у професійній організації італійського дизайну; в 50-і – початку 60-х рр. входила в групу дизайнерів, які представляли напрямок “неоліберті” (стиль “ліберті” – італійський варіант “ар нуо”). Г.Ауленті є автором одного із найбільш виразних зразків цього напрямку – крісла-качалки “Сгарсул”. Діапазон її творчості був надзвичайно великий: від меблів до парусних судин. Г.Ауленті – лауреат ряду дизайнерських премій в Італії і за її межами, а в 1988 р. нагороджена орденом Почесного легіону за поданням Ф.Міттерана. Будучи представником так званого зіркового покоління італійського дизайну, пізніше створившого феномени “італійської лінії” і “італійської школи” в дизайні, Г.Ауленті – приклад жінки-дизайнера зі світовим іменем, яка розвивала одну з рис класичного італійського дизайну – архітектуро - центризму. Г.Ауленті - носій живої традиції італійського традиціоналізму і “новочентизму” (архітектурно-художнього напрямку в італійській культурі другої половини 20-30 – х рр., близьким до “ар деко”, представникам італійського архітектурно-дизайнерського неогуманізму. Його зміст заключається в очищенні дизайну від технократичного збагачення шляхом відтворення аутентичних цінностей модернізму, що відносилися до великого гуманістичного напрямку - архітектурного синтезу (синестезії) мистецтва і життя – протомодерністської утопії зламу тисячоліть ХІХ –ХХ ст. Ідеал дизайнерського синтезу як пластичного і середового камертона пронизує все: прославлені інтер'єри (ліцензійні виставочні, сценографічні, салони яхт); архітектурно-дизайнерські ландшафти, де архітехнологічно все – від інженерного обладнання до меблів і елементів оздоблення до серійних дизайнерських речей – гами меблів для фірм “Нолл

Інтернейшнл” середини 70-х рр. і “Картелл” кінця 60-х рр.; чи столи із скла для фірми “Фонтана арте” початку 80-х рр.

Всі ці дизайнерські ансамблі вражають своєю масштабністю. Будучи історично однією із перших опозицій ідеологічному модернізму, італійський дизайнерський неогуманізм разом з тим не виступав з претензією антимодерністської чи післямодерністської альтернативи. Саме життя в дизайнерських інтер’єрах і серед цих речей набувало специфічної дизайнерської культури, являло собою ту гармонічність, яку дизайн по своєму визначенню покликаний був продукувати. Аура великого італійського дизайну, всього того, що оточувало Г.Ауленті, ставить її проекти в один ряд з тими, які прийнято називати „сучасною класикою”, розуміючи “під класикою” не тільки якість, але і певний тип сучасної дизайнерської культури, до adeptів якої слід віднести всіх колег Г.Ауленті – від Ф.Альбіні, І.Гарделли, К.Скарпи до головного редактора журналу “Casa bella” Е.Роджерса [8].

Белліні Маріо (1935) – всесвітньо відомий італійський дизайнер, з 1963 р. стає на чолі дизайнерського бюро “Оліветті”, а потім постійним провідним консультантом фірми. В 80-і роки досяг вершини світової слави і піка професійної зрілості; виходить за межі продакт - дизайну, проявляючи увагу до концепції “нового дизайну”, звертаючись до архітектурного проектування, арт - дизайну і художньо-декоративного відгалуження дизайну. Приклад - фарфоровий сервіз “Купала” по заказу фірми “Розенталь” (1985-87), кофейний сервіз із срібла з каменем (“Клеть Мунарі”, 1981), ювелірні прикраси. З 1969 по 1971 рр. був віце-президентом Асоціації промислового дизайну; зіркою італійського дизайну, одним із всесвітньо відомих творців “італійської лінії” в дизайні, геніальним інтерпретатором італійської форми; розвивав національний тип дизайнера – майстра дизайнера-професіонала. М.Белліні являє собою один із самих яскравих прикладів інтерпретації “органічної” парадигми в проектуванні, яка складає ідейне і формально-стильове ядро італійської моделі дизайну, розглядаючи її як природний шлях саморозвитку професії дизайнера, як паралельне самовиявлення внутрішніх, безмежно естетичних потенціалів техніки. Дизайнерську творчість Белліні Маріо характеризують наступні риси: метадизайнерські методи проектування; зоо-, біо-, антропоморфічні пластичні пошуки; поєднання біонічних тенденцій з традиціями італійського “скульптурного дизайну” (“Лінія Ніццолі”, необароко); специфічна “електронна” парадоксальна гра оболонки і вмістимого; використання культур антропологічних архетипів; уречевлення ціннісних моделей органічного середовища мешкання.

Белліні Маріо виступає як основоположник нової, електронної і “неорганічної” поетики промислового дизайну тобто поетики постіндустріальної епохи, демонструючи своєю творчістю продуктивність власне професійної установки [9].

Бонетто Родольфо (1929-1991) – відомий італійський дизайнер і професійно-суспільний діяч міжнародного рівня. В 1957 р. створює невелике проектне бюро в Мілані, з 60 р. вступає в італійську Асоціацію промислового дизайну; розпочинається його багаторічна співпраця з фірмою “Оліветті”, для якої він проектує верстати і системи виробничого обладнання. Як один із самих визначних італійських дизайнерів, Р.Бонетто є одним із авторів 400 розробок. Серед них – кузова, салони, мотори для автомобілів, системи кухонного обладнання, електроприборів для фірм, електронні, музикальні інструменти, машини для варіння кави, меблі для фірми, авіаційні прилади. Одночасно на протязі всієї своєї творчої кар’єри Р.Бонетті є одним із самих активних діячів в професійно-організаційній сфері дизайну: член Виконавчого комітету італійської Асоціації промислового дизайну (1963-1969), представник Асоціації на конгресах ІКСІД у Вені (1965), Монреалі (1967), Ібіце (1971), Дубліні (1977), віце-президент (1973-1975), а потім і президент (1981-1983) ІКСІД, член багаточисельних національних і міжнародних професійних журі, лауреат багаточисельних премій, п’ять із них – “Золотий циркуль”. Його будинок “Сферіклок” включений в постійну експозицію Музею сучасного мистецтва Нью-Йорка. Дизайноцентризм Р.Бонетто – уявлення про професію як про чітко визначену і доступну експлікацію системи норм, правил, законів, прийомів і методів, тобто автентичну школу і дизайнерську дисципліну, що сприяє осмисленню дизайну як соціального феномена, в якому все ж таки переважали технічні аспекти.

Бранці Андреа – відомий італійський архітектор і дизайнер, історик і теоретик проектної культури, ідеолог “радикального руху” і “нового дизайну”. На протязі другої половини 60-х років створює цілу серію концептуальних дизайнерських і архітектурних проектів, реалізованих основним чином у формі середових інсталяцій. Серед виключно популярних в свій час зразків, арт - меблі слід назвати диван із поліуретану “Суперонзе” (1966), серія ліжок аристократичної мрії (1967), комбінаторний диван “Сафарі” (1967), стілець “Непп” (1968), шезлонг “Лис” (1969), світильник-пальма „Сан Ремо” (1971), які представляли собою концентровані метафори дизайнерських постулатів контркультури, виражених в агресивно-політизованій формі: від ідеї “суспільства вільного часу” (суперспоживання) та іронічної суперкітчевої гри з культурними стереотипами маскультури до “інтелектуальної творчості мас” в дусі тотальної хеппенінгової спрямованості; визволення психомоторної енергії - медитивних східних практик та інших форм подолання відчуження. Його проект-дослідження являє собою феномен формування мегаполісу “тотального міста”, яке розглядається без будь-яких якісних (ціннісних, ідеологічних, історико-культурних) рефлексів, як результат і дзеркальне відображення чисто кількісної експансії техносфери, яка актуалізує тему штучного середовища людини, що виражається як “тотальний інтер’єр”, передбачаючий повну свободу

свого культурно-знакового та поведінкового засвоєння. Це інтер'єрне уявлення про іманентне штучне середовище мешкання індивіда у суспільстві розвинутого індустріалізму, уявлення про іманентну гетерогенність, позаієрархічність, полівалентність та еkleктизм самопроекування, що вирвався із стереотипів “репресивної культури”. Бранці Андреа розвиває бурхливу діяльність щодо консолідації радикальних проектних сил, одним із ініціаторів створення італійської контршколи архітектури і дизайну, яка передбачала вироблення стратегічної програми сумісних дій. Офіційно “радикальний рух” припинив свою діяльність в 1978 р., але А.Бранці вступив на шлях конструктивної ревізії радикалізму раніше, звернувшись до моди, що являє собою незапрограмовану циркуляцію знаків і кодів вільної самоідентифікації особистості, модель гнучкого виробництва і споживання. З 80-х років творчість А.Бранці розподіляється на три напрямки: професійно-ідеологічний і професійно організаційний; власне теоретичний, в контексті якого розвивається концепція “тотального мегаполісу” до рівня глобального; власне проектна практика дизайнера.

Визначаючи супермегаполіс як відображення специфічного екзистенційного стану постіндустріальної людини і суспільства, він дає аналіз зрізів людини, дає опис її фізичного, гносеологічного, поведінського, емоційного, рефлексивного, символічного стану майже до повного ототожнення, чуттєвого абстрагування і психосоматики, ідеальних проєкцій і імпульсивної, спонтанної поведінки. Він відокремлює квазісубстанціональність як штучне середовище помешкання, невловимого і плинного буття людини, без початку і кінця, руху, що втягує людину і примушує жити в мозаїчному світі нескінченної безлічі дизайнерських реальностей.

А.Бранці розробляє тему “афективного дизайну” з відтінком сюрреалізму, що являє власне символічний, іконічний зріз постіндустріального космосу. Розробляючи модель “хаосу як порядку”, дизайнер побудував таку структурну модель “хаосу”, яка здатна витримати конкуренцію з індустріальною модерністською, протиставляючи лозунгу тотального дизайну, народженого в рамках класичного раціоналізму – “Все повинно бути дизайном” [10].

Він'єллі Лелла і Массімо – визначні італійські дизайнери, яких називають “тотальними дизайнерами”, так як їх концепція дизайну пронизує все: промисловий і графічний дизайн; дизайн книг, журналів, газет, упакування, інтер'єр, виставочні експозиції, меблі. Їх кредо концепції: “дизайн єдиний”: дизайнер має спроектувати все від виделки до міста, так як суть дизайну в основі своїй єдина, а змінним є тільки об'єкт.

Дизайнерська діяльність концентрується на еволюції того, що називають “2Д”. („двохвимірний”) – графічний дизайн; до “3Д” (“трьохвимірний”) – промисловий дизайн і архітектура. В 1964 р. він стає

засновником і дизайн-директором Міжнародної компанії “Юнімарк”, яка базувалася в Чикаго і мала 11 представництв по всьому світі. В 1971 р. вони засновують дві фірми в м. Нью-Йорку, які з успіхом працюють і по сьогоднішній день. В їх доробках наступні напрямки дизайнерських робіт: фірмові стилі авіакомпанії “Американ ерлайнз”; фармацевтичної фірми “Ціба Гайгі” (Швейцарія); знаменитих автомобілебудівних компаній “Форд” і “Ланчія”; міжнародної меблевої фірми “Нолл”; італійської системи готелів “Сігаотелс”; транспортної графіки підземного Нью-Йоркського метро; системи символів місцевих комунікацій Нью-Йорка і Парижа; спеціальні проекти дизайну для Американського інституту графічних мистецтв; оформлення Міжнародного дизайн-центру в м. Нью-Йорк; оформлення Днів дизайнера (1973, 1974); графічне оформлення Бієннале мистецтв в Венеції (1962, 1964); дизайн архітектурних і дизайнерських періодичних видань, газет і журналів, вихід ряду книг з історії дизайну; оформлення виставок і інтер’єрів, демонстраційної зали італійської фірми “Артеміді” і фірми “Ренк Ксерокс” в м. Нью-Йорк; інтер’єр церкви св. Петра в м. Нью-Йорк; виставка і демонстраційний центр фірми “Оліветті” в м. Мілані; в 1991 р. вихід першої колекції одягу.

Лелла і Массімо Він’єллі – живі класики, які сприяли концептуальному оформленню італійського дизайну як загальноновизнаного лідера світового дизайну.

Де Луккі Мікеле (1951) - відомий італійський дизайнер і архітектор, видатний представник покоління восьмидесятників. На протязі 70-х рр. займається концептуальним і екологічним проектуванням: “екологічний дизайн” в Театрі Рудзанте (Падуя, 1973); експозиційний дизайн XV Міланської трієннале (1973); концептуальні проектні розробки “Вертикальна архітектура” і публікація однойменної книги (1975); пошукова проектна програма “Екстримісцева матеріальна культура” (1975); активна участь в організації виставки “Італійський дизайн 50-х років” (1977); співробітництво в журналі “Модо”; сумісна робота над серією декоративних покриттів для фірми „Абет ламінаті”; робота над експозицією виставки меблевої колекції “Казанова”; співзасновник групи “Мемфіс”; консультант фірми “Оліветті”; в 1984 р. відкриває власне проектне бюро самого широкого діапазону діяльності: графіка, реклама, промисловий дизайн, художня промисловість, експозиційний дизайн, дизайн інтер’єру, архітектурне проектування.

Мікеле де Луккі належить до представників молодого покоління італійських дизайнерів, яким вдалося подолати інерцію “радикальної” школи і декларативного “антипрофесіоналізму”, вихолощених в маньєризмі. Дизайнер отримав гуманітарну, антитехніцистичну і антимодерністську спрямованість проектування і тим самим дієвий культурно-екологічний напрямок, дистанціюючись від хвилі професійної ентропії.

Дзанузо Марко (1916) - видатний італійський дизайнер, видатний представник класичного промислового дизайну в Італії, творець образів

хорошої форми дизайну. М.Дзанузо в післявоєнні роки стає одним із лідерів “другого раціоналізму”: широкої течії в італійській проектній культурі, в контексті історичної ситуації, розвиваючи ідеї і принципи передвоєнного модернізму. Як член Міжнародного конгресу сучасної архітектури і Національного інституту урбаністики, головний редактор журналу “Domus” (1947-1949), він відіграє значну роль у становленні промислового дизайну. Будучи одним із авторів “Маніфесту промислового дизайну” (1951), приймає участь в організації Міланських триєннале, стає співзасновником італійської Асоціації промислового дизайну. М.Дзанузо розробляє індустріально детерміновані конструкторсько-морфологічні варіанти (модульність, збірність), приділяє увагу типологічним і пластичним ефектам модульної дизайнерської комбінаторики, звертаючи увагу на форму, як наслідок співвідношення внутрішнього механізму “оболочки” і типу функціонування, а також технології серійного виробництва. По запрошенню “Оліветті”, М.Дзанузо побудував цілу серію промислових будівель для фірми, заводи в Сан-Пауло (1959), Буенос-Айресе (1969), Креме (1968), Скарманьо (1969), Марчанізе (1970), Сан-Бернардо д’Івреа (1971). За замовленням Бріона, М.Дзанузо розпочинає будувати дизайнерські форми телевізорів, фактично визначаючи шлях топологічного розвитку на найближчі десятиріччя. З 70-х років М.Дзанузо основні творчі зусилля направляє на слабо розвинену в Італії сферу “соціального дизайну” – дизайн об’єктів громадського користування, а саме: орієнтація на масове, деіндивідуалізоване споживання, відоме в модерністській традиції під назвою соціально авангардного “сучасного споживання”; проектні форми, які являються синтетичними формами, що детермінується матеріалом, технологією, виробничими можливостями, природою проєктованого.

Кастильоні Акілле (1918) - відомий італійський дизайнер, автор концепції неортодоксального функціоналізму та проектного підходу, який вражає своєю екстравагантністю, органічним поєднанням технологічного і функціонального пошуку з гострим вираженням пластичної мови. Своєрідним маніфестом “Дизайну Кастильоні”, “концептуально-прикладне мистецтво”, а саме експозиція на виставці “Колір і форма в сьогоднішньому домі” (1957). В жилій кімнаті братів Кастильоні за принципом контрасту, дисонансу, випадкового колажу сформовані предмети індивідуального дизайну: підвісний телевізор, який згідно з бажанням можна було підіймати і спускати, легкий стілець, низький стіл, книжкові стелажі з підвісними полками; крісло із губчатої резини, табурет для телефону, конструкція зі сідла гоночного велосипеда; (“сидіти стоячи”, „стояти сидячи”). Його витвори дизайну поповнюють золотий фонд італійського дизайну: пластикова вимикач; стіл “козли Леонардо” з регульованою висотою; знаменитий стілець “Примате”; світильник типу автомобільної фари; лампа “суперлюкс”, що вільно перебуває в просторі;

гама сантехнічного обладнання; асиметричний телефонний апарат; складений підвісний потолок.

Італійський дизайн А.Кастильоні слід розцінювати як безкомпромисний функціоналізм, проектний варіант дадаїзму, логічність і природність природної думки знаменитого контекстуального трансферта – зміни значення речі через зміну контексту. Максимум функціоналізму “форма слідує функції” розглядається як принцип самодемонстрації змісту, який детермінується унікальним співвідношенням, грою змісту, значення і вираження. Безкомпромисність, антиформалізм перетворюють його формальний пошук в безперервний ланцюг пластикових відкриттів, які відповідають рівню поетики і образності. Адекватне змісто - центричне формоутворення створює новий функціональний зміст, втілений в безпрецедентних морфологіях, використовує форму інтелектуальної “гри на зазорах”, що сприяє народженню “театру речей” [11].

Марджистретті Віко (1921) – видатний архітектор і дизайнер, один із авторів так званого “італійського дому”, намагається реконструювати тип “буржуазного помешкання”, який слід переконструювати, згідно з принципами елегантності, традицій репрезентативності, атмосфери комфорту і розкоші з аурую “сучасного смаку” (житлові комплекси в Мілані, будівлі біологічного факультету Міланського університету). На початку 70-х рр. ситуація істотно змінюється в результаті кризи “дизайн-стилю”; появи агресивності і екстремізму в проектному авангарді, “нового консерватизму”, зверненням до респектабельних верств населення. Свого роду системна парадоксальність дизайну – бездоганний професіоналізм його результатів, що логічно не виводиться із проектного методу, робить його “хорошу форму” символом “італійської форми”, що народжується містичним чином, всупереч апробованим професійним законам, методам і технологіям, чи поза будь-якою професійною дизайнерською культурою. В.Моджистретті як геній дизайнерського стилю і смаку, лідер споживацького рейтингу на протязі багатьох десятиріч пояснює загадку своєї геніальності, яка завжди проектує “для себе”, виявляючись етичним імперативом для людей. “Крипто-дизайн” В.Моджистретті продукує проектну поетику, формує допроектну філософію приватності як культурного феномена, індивідуальної цінності, інструмент інкультурації приватного життя. Його дизайн – це антологія жесту, монтаж жестів самого різного роду: астрологічних, типових, повсякденно-побутових, сучасних, реліктових і позаісторичних жестів чистого естетичного споглядання. Свої речі він проектує в контексті хеппінга “згідно з випадком”, які формуються так, як відчувається життя і жестова культура, яка спирається на не конвенційний принцип, а принцип бріколажа, імпульсивного жесту, що розвивається в контексті жестових ареалів, приватизуючи пуританський схематизм функціоналізму на вічному світі поп-арту, утверджуючи за ним репутацію “генія комфорту” [12].

Мальдонадо Томас (1922) – італійський теоретик дизайну, який разом з авторами “Маніфесту винахідництва” (1946) вбачав мету дизайнерської творчості в моделюванні нової реальності, активно впливаючи на повсякдення буття. Як педагог, Т.Мальдонадо велику увагу приділяє поєднанню в дизайні науково-технічного прогресу і естетики; разом з тим намагається виявити особливості дизайну як суспільного явища, активної соціальної сили, що впливає на свідомість людей і на організацію оточуючого середовища. Звідси витікає і тактика дизайнерської діяльності. Стикаючись з вимогами конкуренції і іншими особливостями виробництва і споживання, дизайнер повинен освоїти всі інструменти впливу на них – прагматичні, комерційні, естетичні і підпорядкувати їх основній, культурно-гуманістичній цілі. Т.Мальдонадо вводить принцип систематичного підходу до дизайну, виявляючи зв'язки дизайну і науки в контексті теорії інформації, експериментальної естетики, теорії діяльності. Він розробляє теорію рівнів складності проектування дизайнерських виробів – від чайника до ЕОМ, використовуючи математичні дисципліни, як теорія поєднань, групова теорія, теорія кривих, геометрія багатогранника, тотальна метрична і аметрична побудова об'єктів. Йому належить вклад в розвиток теорії “структурної комплексності”, в контексті якої деякі окремі технічні об'єкти розглядаються як системи, що складаються із підсистем та елементів. Як дизайнер – практик, Т.Мальдонадо - відомий проектант в сфері дизайн-графіки, візуальних символів для електроніки, його стиль відрізнявся жорстко-геометричними формами, чіткими геометричними деталями та вишуканими формами [13].

Марі Енцо (1932) – відомий італійський дизайнер, яскравий представник дизайнерського напрямку в мистецтві і проектній культурі II половини ХХ століття, який мислить предметне проектування як поле експериментів з “істотним” (об'єктивним) формоутворенням із “істотними” методами формоутворення, як деякий симбіоз “бідної і пуританської естетики”. Працюючи з простими і навіть акцентовано грубими, неестетичними матеріалами (залізо, чавун, скло, кераміка, алюміній, пізніше пластмаса, картон), з реалістичними, напівреалістичними і примітивно - кустарними технологіями, концентруючи увагу на найпростіших фундаментальних аспектах і їх сприйняття (вага, об'єм, фактура, текстура, елементарні геометричні конфігурації, Е.Марі одночасно намагається лабораторним шляхом отримати естетично удосконалену класичну форму, народжену поза залежністю від суб'єктивних естетичних намірів, як єдино можливий, логічний наслідок самореалізації іманентного, об'єктивного закону матеріалу. Е.Марі акцентує увагу на особистісній парадигмі дизайну, парадигмі “фігури”; художнього генія, здатного надати статус об'єктивної реальності, створеному ним індивідуальному поетичному світу, намагаючись

вияснити реальні можливості перспективи відродження невідчуженої творчої виробничої праці в умовах індустріального виробництва [14].

Висновки

Італійську модель дизайну часто називають чудом, хоча закономірностями розвитку дизайну є те, що в Італії, незважаючи на цю характеристику “чуда”, була відсутня масова промисловість для його здійснення, міцні традиції раціонал - функціоналізму, широка соціальна апробація і професійне визначення. Саме ці несприятливі умови сприяли формуванню таких рис італійського дизайну, як виключна сміливість, дух експерименту, вміння критично осмислювати ситуацію, загострюючи її суперечності і пропонуючи нестандартні рішення, підкреслена антидогматичність і невизнання авторитетів, тобто такі риси, які вважаються основними для дизайнерської творчості. Міжнародне визнання італійського дизайну заключається саме в експериментальному і піонерському характері по відношенню до промисловості, зумовленого тим, що зв'язки італійського дизайну з виробництвом і його включення у виробничо-економічну структуру є нерегламентованими і рідкими, характерним є творчі та інноваційні механізми дизайнерського проектування, що висувають італійську модель дизайну в число загальноновизнаних лідерів світового дизайну.

Італійська модель дизайну представляється як поліцентрична, багатоядерна, гнучка і динамічна система, зумовлена багатьма факторами – від глибинної культурної традиції і особливостей національного характеру до специфічних конкретно-історичних умов його становлення, включаючи особливості самої італійської промисловості. Найважливішим джерелом і генератором італійського дизайнерського чуда є специфічний тип проектної свідомості, а саме авторська творча концепція як структурний і поетичний принцип проектного мислення; свого роду дизайнерська мікросистема, ізоморфна система італійського дизайну; самої італійської культури; саме ізоморфізм такого роду забезпечує цілісність і єдність італійського дизайну при самих різноманітних і навіть полярних виявленнях. Становлення професійної культури італійського дизайну в контексті національної моделі було частиною природного процесу, зумовленого усвідомленістю і наполегливістю боротьби за право на самобутність, органічність самоорганізації і самовизначення [15].

Характерною рисою “італійської ідеї” в дизайні є те, що вона генерувала цілісну концепцію дизайну, яка охоплювала всі аспекти професійної культури – від організації дизайн-процесу до методів дизайнерського проектування, його ціннісного горизонту, онтологічних уявлень і гносеологічного потенціалу, що в свою чергу актуалізувало тему природи проектної свідомості, професійного самовизначення і проектного мислення.

Перспективи подальших наукових досліджень:

- аналіз проблем італійських дизайнерських традицій у сучасному суспільстві; аналіз італійського дизайну як цілісної концепції, що перетворює навколишній світ, формує сучасну особистість ХХІ ст.

Джерела

1. Gregotti V. Il disegno del prodotto industriale Italia, 1860–1980/ Contributi di G. Bosoni e al. Milano: Electa ed., 1982.
2. Branzi A. La Casa Calda. Eperienze del Nuovo Design Imaliano. Milano: Idea Books, 1984.
3. Курьерова Г.Г. Итальянская модель дизайна (проектно-поисковые концепции второй половины XX века): Автореф. дис. канд. искусствоведения 17.00.06 /ВНИИТЭ Гос. ком. СССР по науке и технике. – М., 1990 – 21 с.
4. Курьерова Г.Г. Итальянская модель дизайна: Проектно-поисковые концепции второй половины XX века. /ВНИИТЭ. – М., 1993 – 154 с.
5. Дизайн на Западе //Под ред. Е.В.Чернечевич. – М.: ВНИИТЭ, 1992 – 95 с. (Б-ка дизайнера).
6. Даниленко В.Я. Особливості внеску Франції та Італії у становлення дизайну як професії // Вісн. Харк. держ. акад. дизайну і мистец. – 2002. – № 12. – С. 3–8.
7. Сто дизайнеров Запада. – М.: ВНИИТЭ, 1994. – 216 с.
8. Курьерова Г.Г. Итальянская модель дизайна. – М.: Мысль, 1993. – 436 с.
9. Шатин Ю.В. Марио Беллини //Техническая эстетика,– 1988.– №7.
10. Курьерова Г.Г. “Новая домашняя цивилизация”: некоторые вопросы проектирования жилой среды в итальянском дизайне 80-х годов. // Бытовые потребности и жилая предметная среда / Труды ВНИИТЭ.– М.: ВНИИТЭ, 1987.– Вып. 53.– С. 79–91. – (Сер. “Техническая эстетика”).
11. Курьерова Г.Г. Феномен дизайн-образования в Италии // Подготовка дизайнеров за рубежом /Труды ВНИИТЭ, 1986– № 50. – С. 29–43.
12. Курьерова Г. Что впереди? //Дизайн на Западе. – М., ВНИИТЭ, 1992 – № 50. – С. 47–66.
13. Аронов В.Р. Мальдонадо – теоретик дизайна //Техническая эстетика, – 1978. – № 7.
14. Casciani S., Di Pietrantonio G. Disign in Italia 1950–1990. – Milano, – 1991.
15. Giasomoni S., Marcolli A. Designer italiani. Milano, 1988.

Стаття надійшла 26.08.09 р.