

МИСТЕЦТВО ПОП-АРТУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ КРИЗЬ ПРИЗМУ ХУДОЖНЬОГО МЕТОДУ

Олійник О. П., професор, кандидат архітектури,
Пилєва В. А., студентка факультету архітектури і дизайну
Національний авіаційний університет

Анотація. У статті розглядається дослідження промислового дизайну не лише з точки зору проектної діяльності, але й з художнього методу. Порівняння художнього змісту та методу поп-арту в дизайні від художнього змісту цього ж методу в живописі.

Ключові слова: дизайн, інтер'єр, поп-арт, художній метод.

Аннотация. Олейник Е. П., Пылева В. А. Искусство поп-арта, как инструмент дизайна интерьера сквозь призму художественного метода. В статье рассматривается исследование промышленного дизайна не только с точки зрения проектной деятельности, но и с точки зрения художественного метода. Сравнения художественного содержания и метода поп-арта в дизайне интерьера с художественным содержанием этого же метода в живописи.

Ключевые слова: дизайн, интерьер, поп-арт, художественный метод.

Annotation. Oleynik O. P., Pyleva V. A. Pop-art as a tool for interior design through prism of artistic method. In the article the investigation of industrial design is examined not only from the point of view of the project activity but also from an artistic method. Comparisons of the artistic content and the method of pop-art in interior design from artistic maintenance of the same method in painting.

Keywords: design, interior, pop-art, artistic method.

Постановка проблеми. у загальному вигляді полягає у дослідженні промислового дизайну не тільки з точки зору лише проектної діяльності, але з точки зору художнього методу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки намітилися нові підходи в дослідженні промислового дизайну: Шутемова Е. А., Данилюк А. І. Одним із таких підходів є дослідження промислового дизайну з точки зору художнього методу [8, 4]. Він полягає у прирівнюванні мистецтва до реклами, «перетворюючи у продукт масового споживання» [7, 17]. У роботі Кагана М. С. [3, 112] проаналізовано дослідження Борова Ю. Б. [2, Т. 1, 34], в яких йдеться про відношення до художньо-проектної діяльності в області дизайну, як до художньо-творчої діяльності. Автор відзначає, що історично певний художній метод «освоює» відповідний вид, рід, жанр мистецтва, характерний для свого історичного періоду. Кириченко-Милецкая Н. А. [4, 40] вважає, що мистецтво створює художню реальність, а дизайн формує споживчу реальність. Цю тему також досліджували інші теоретики мистецтва та дизайну, такі як Коськов М. А., Цурко О. Р., Данилюк А. І. та інші [5, 124], [7, 17], [1]. Проте жоден з цих авторів не згадував про позитивний емоційний вплив художнього методу не тільки на художників, але й на дизайнерів, а особливо на промислових дизайнерів.

Дана робота присвячена розвитку гіпотезі відомого естетика М. С. Кагана, про те, що художній метод є універсальним не тільки для творчої діяльності художників, але й дизайнерів інтер'єру. Вона виконана у рамках наукової теми «Формоутворення простору дизайну середовища, інтер'єрів та графічного дизайну» кафедри комп'ютерних технологій дизайну Факультету архітектури та дизайну Національного авіаційного університету.

Мета даної статті полягає у розвитку гіпотези відомого естетика М. С. Кагана про те, що художній метод є універсальним не тільки для творчої діяльності художників, але й у дизайні інтер'єрів. При розгляді художнього методу з такої точки зору, повніше реалізується потенціал при його використанні.

Основна частина. Якщо мистецтво та дизайн відносяться до різних видів естетичної діяльності, то чи можна говорити про універсальність художнього методу? Найчастіше мистецтво визначають, як «художньо-творчу» діяльність, а дизайн відносять до художньо-проектної діяльності [2, т. 1, 44]. Через те, що кожний з цих видів діяльності має свій творчий метод, виникає питання: Чи є «творчий метод» і «художній метод» різними поняттями або це єдине поняття, яке вважають двома сторонами, які доповнюють, одне поняття «метод художньої діяльності»?

Для подальшого вивчення протиріч, які виявились, необхідно взяти до уваги те, те що М. С. Каган, виявляє художній метод одночасно і як категорію «загальноестетичну», і як категорію «історико-художнього процесу», тобто відносно до різних видів художньої діяльності. Ґрунтуючись на даній теорії, спробуємо розглянути художній метод і дизайн інтер'єрів, як категорії одного творчого процесу, які тісно пов'язані один з одним і є визначальними методами художньої діяльності [3, 129-132].

В структурі кожного з досліджуваних художньо-творчих методів в дизайні інтер'єрів, через проведення аналізу, необхідно виявити діалектичний зв'язок загального характеру, характерного тільки для історико-художнього методу ХХ ст., і одиничного характеру, специфічному, залежному від виду творчої діяльності. Продукти художньо-творчої діяльності являють собою «нерозривну єдність змісту й форми» [3, 119]

Отже, звернемось до методу поп-арту, який з'явився в живопису 60-х рр. ХХ ст. Він виник в результаті протистояння «нових художників проти пануючої на той час абстракції» [4, 32]. З'ясуємо, які оцінюючі, пізнавальні та творчі установки цього методу виробляють художні образи поп-арту. Поп-арту притаманний предметний спосіб пізнання людиною дійсності. Це означає, що людина порівнюється з річчю, а річ – одухотворяється. Поп-арт «мистецтво – це комунікація, це засіб маніпулювати людьми» [4,8]. Така пізнавальна установка методу поп-арту обумовлена соціокультурним розвитком масового суспільства другої половини ХХ сторіччя. Тому діяльність художників поп-арту визначена розвитком трьох аспектів: масової культури, масового суспільства, й елітарного мистецтва.

Якщо на початку становлення поп-арту митці, зокрема Е. Уорхол, Р. Ліхтенштейн, Дж. Джонс, Д. Хансон, Р. Раушенберг, М. Дюшан, Д. Сигел, К. Ольденбург залучили й художньо осмислили образотворчу мову реклами й рекламні образи повсякденних предметів, взяті з повсякденного життя, зі світської хроніки та засобів масової інформації. Мистецтво прирівнюється до реклами, «перетворюється в продукт масового споживання» [5, 17].

У рамках досліджуваної проблеми цікаво порівняти, чим відрізняється художній зміст методу поп-арту в промисловому дизайні від художнього змісту цього ж методу в живописі? Для рішення поставленого питання спробуємо виділити найбільш схожі, характерні, притягуючі художні й дизайнерські образи, знайдені в роботах художників та дизайнерів.

На рис. 1. показано добутки К. Ольденбурга: «Гігантський м'який вентилятор», «М'який телефон-автомат» та ін. У них художник робить речі м'якими, створюючи свої роботи з матеріалу незвичайного для цих речей. «Однак, дизайнер, використовуючи цей художній образ, зберігає утилітарні функції проектованої речі. Наприклад, м'яка рамка для фотографій, виконана з незвичного для неї матеріалу – фетру, не втратила свого прямого функціонального призначення» [6, 5].

Інший приклад, Т. Вессельман, К. Ольденбург і Р. Ліхтенштейн (див. рис. 2) створили гіпертрофовані образи, значно збільшуючи в розмірах реально існуючі предмети, харчові продукти або деталі, фрагменти зображень, взятих з коміксів, реклами. Так, наприклад, у К. Ольденбурга з'явилися з плюшу, гіпсу гамбургери, шматки торта, парусини розміром з автомобіль, яскраві тістечка та інші схожі добутки.

На сьогоднішній день нова дизайнерська форма являє собою реально існуючий предмет, збільшений до величезних розмірів, але виконуючий іншу



Рис. 1. Метафоричні образи. Застосування незвичайних матеріалів для відтворення художніх витворів та дизайнерських продуктів: а) Гігантський м'який вентилятор, б) М'який телефон-автомат, в) М'яка рамка для фотографій



Рис. 2. Зображення гіпертрофованих образів в промисловому дизайні: а) Т. Вессельмана, б) Р. Лихтенштейна, в) К. Ольденбурга

функцію, не пов'язану з первісною річчю. Наприклад, П. Уркіола виконала лампу у формі величезного вінчика. Світильник «Medusa», запропонований Петрус Палмер, Джон Лофгрен і Йонас Петерссон – це збільшена у декілька разів медуза, крісло Little Garden Bouquet Т. Йошиока – величезна квітка, а табурет дизайнера П. Навоне виглядає, як величезний барабан.

Основні ідеї поп-арту були взяті на озброєння промислових і інтер'єрних дизайнерів, художників і декораторів. З'явилися меблі у вигляді жіночих тіл, персонажів з фільмів, предметів побуту. Предмети інтер'єра також стали робити у вигляді запозиченого образу, узятого з повсякденного життя або з екрана телевізора (наприклад, дитячі лампи у вигляді персонажів мультфільмів). Футболки із зображеннями коміксів, знаменитостей і предметів побуту – все це спадщина поп-арту 60-х років. В цьому стилі також роблять дизайн інтер'єрів, який відрізняється достатком художніх образів, а саме: картин, постерів, чередування простих геометричних форм із криволінійними гнучими поверхнями, яскравість (кислотність кольорів) чередується із покійними пастельними кольорами.

У цьому стилі працюють видатні закордонні дизайнери інтер'єрів такі, як М. Садлер, К. Рашид, Жан де Люка, К. Бута, М. Толипіна, Т. Інграо (рис. 3), та українські дизайнери інтер'єрів В. Нефедов, Н. Сирутиєнє, Т. Полегина, Л. Дорохтей-Косянич, Р. Бутиєнє и К. Бута. та дизайнерські фірми по оформленню інтер'єрів: artzebs, rtzebs, b-bright (рис. 4). Дизайн інтер'єрів цих авторів характерний тим, що вони використовують криволінійні та прямі форми та лінії, яскраві, кислотні кольори та велику кількість пластику розміщує колажі відомих митців поп-арту, яскраві кольори меблів, оптичні візуальні ефекти за допомогою яскравих фотошпалер з міськими пейзажами й прописаними кистю популярними рекламними слоганами з чітко позначеними контурами. Декор зводять до мінімуму. Також невід'ємна частина інтер'єрів є різноманітні вазочки, декоративні лампи, торшери та тумбочки.

Висновки. Проведений порівняльний аналіз доводить, що джерелами художнього змісту, які зображуються в мистецтві та проектується в промисловому дизайні, може виступати один з художніх методів ХХ ст., наприклад, поп-арт. У цьому конкретному випадку образи дизайнерських форм містять у собі художні образи поп-арту та виступають як художньо-осмисленні матеріали, функції та конструкції.

Поп-арт – один з багатьох «змінюючих один одного та протиборчих» художніх методів, поєднуючись із живописом та дизайном, змінюючи свою структуру [3, 132]. У результаті чого утворюються різноманітні варіанти цього художнього методу, тобто художньо-творчі методи.

Таким чином, вид творчої діяльності накладає свій відбиток на художній метод (у розглянутому прикладі на метод поп-арту). Проте, зворотну дію роблять і самі численні художні методи. Проникаючи у дизайн або живопис та безупинно змінюючи один одного, художні методи викликають всередині форм творчої діяльності поступальний та історичний розвиток.

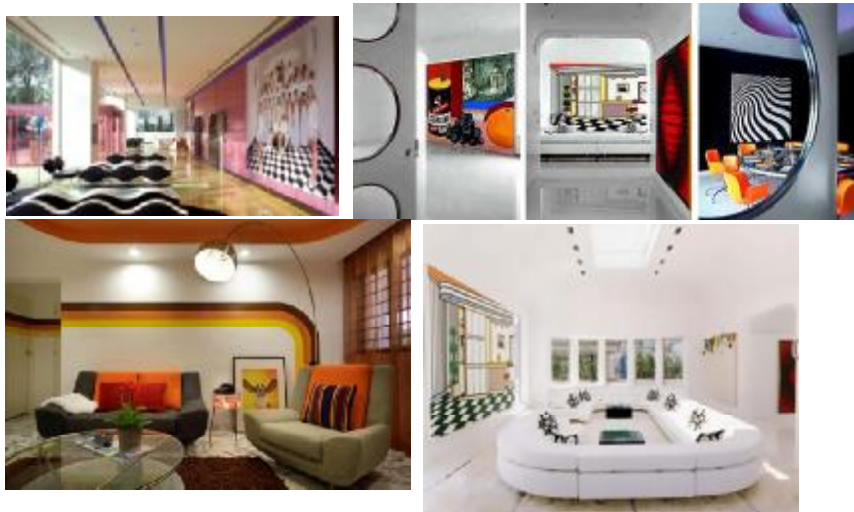


Рис. 3. Інтер'єри житлових приміщень закордонних авторів: а) К. Рашид, б) Жан де Люка, в) М. Толипіна, д) Т. Ингаро

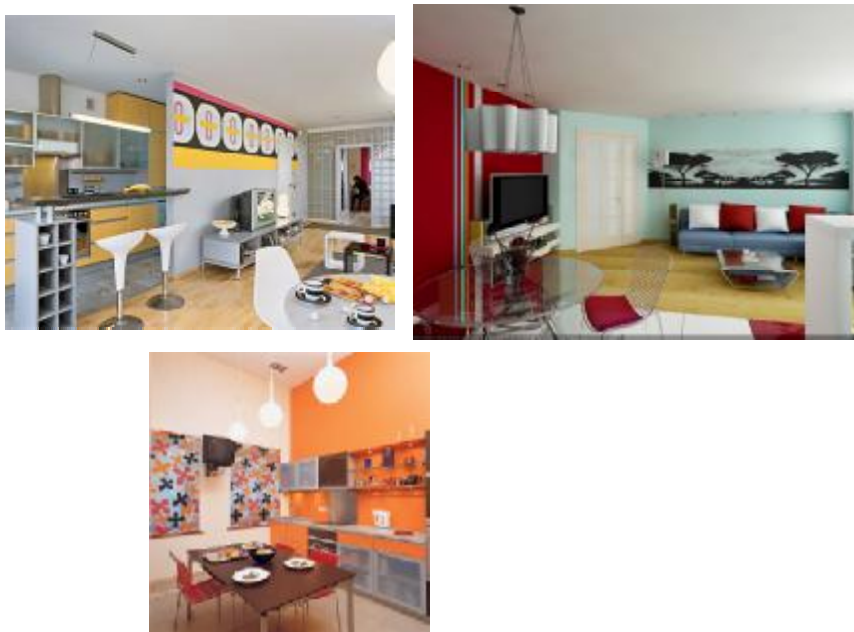


Рис. 4. Інтер'єри житлових приміщень українських авторів: а) Н. Сирутиєне, б) С. Зайнутдинова, в) Р. Бутиєне та К. Бута

Подальший напрямок дослідження. Треба зауважити, що подальший напрямок дослідження у галузі дизайну інтер'єрів передбачає розвиток при застосуванні художніх методів для трансформування елементів промислового дизайну, визначення співвідношення елементів поп-арту з психологією людини; вплив компонентів поп-арту на емоційний стан людини в інтер'єрі.

Література:

1. Данилюк А. І. Масова культура в контексті демократичних перетворень ХХ століття. Автореф. дис... канд. філол. наук. – К.: нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2000. – 4 с.
2. Боров Ю. Б. Естетика: учеб. посібник. 2-х т.: Т. 1. – Изд. 5-е. – Смоленськ: Русич, 1997. – 34 – 576 с.: іл.
3. Каган М. С. Метод як естетическая категория // Питання літератури. – 1967. – № 3. – с. 109-132.
4. Кириченко-Милецкая Н. А. Поп-арт // Великие художники. – 2005. – № 119. – с. 3-32.
5. Коськов М. А. Загальна теорія предметосозидання: учеб. посібник. – Спб: Изд-Спб ун-та, 2005. – 124 с.
6. Методика художнього конструювання / 2-е изд., перераб. – М.: ВНИИТЭ, 1983. – 166 с.: іл.
7. Цурко О. Рой Ліхтенштейн // Мистецтво. – 2004. – № 1. – С. 17.
8. Шутемова Е. А. Универсальность художественного метода как инструмент дизайнерской деятельности / Известия вузов Архитектон: Сб. науч. раб. – 2007. – № 18. – с. 1-8.

Надійшла до редакції 27.02.2009