

## Тема 10. Дизайн др. пол. XX ст.

**Дизайн США 1950-60-ті рр.** У повоєнній історії дизайну США оформилися дві тенденції, представники яких сповідували принципово різні погляди на завдання сучасного дизайну. Прихильники першої відстоювали концепцію чистого, некомерційного мистецтва і високих моральних вимог до професії, свідомо культивували елітарність, підкреслюючи, що моральний обов'язок дизайнера – сприяти естетичному розвитку публіки, вносити в предметний світ зовнішню впорядкованість і соціальну гармонію. Подібна точка зору склалася завдяки впливу емігрантів з Європи: В. Гропіуса, М. Брейера, Л. Мохой-Надя.

Представники другої, більш «демократичної» тенденції, прагнули дати публіці те, що визначалося комерційним успіхом. Цей напрям отримав назву «стайлінг». Стайлінг виражається в особливому типі формально-естетичної модернізації, при якій змінам піддається виключно зовнішній вигляд виробу, не пов'язаний зі зміною функції і покращенням технічних або експлуатаційних якостей. Стайлінг надає виробу новий, комерційно вигідний вид. Зазвичай стайлінг використовується в промислових виробках, як стилізація під певний взірець. Стайлінг в дизайні здійснювався кількома шляхами: буквальне копіювання візуальної форми культурного зразка; пряме перенесення деяких візуальних ознак зовнішньої будови з культурних зразків на проєктовану річ; перенесення характерних візуально спостережуваних структурних ознак морфології.

У 1950-ті рр. американські критики і теоретики привласнили роботам кількох майстрів дизайну статус творів мистецтва, інших вони звинувачували в тому, що вони наповнюють ринок виробами поганого смаку. Законодавці високого смаку, такі як Нью-Йоркський музей сучасного мистецтва, визнавали лише елітарний дизайн. Натомість, у широкої публіки 1950-х рр. величезною популярністю користувався стиль, що викликав обурення у ревнителів гарного смаку і отримав назву «автомобільний стиль».

Зразками для автомобільного стилю стали культові моделі автомобілів дизайнера компанії «Дженерал моторз» Харлі Ерла. Вони дозволили звичайним людям долучитися до фантастичного світу швидкості і польоту. Ці моделі мали довгі плавні лінії, передні бампери з виступаючими «іклами», оперізуюче вітрове скло, широкі задні крила, яскраве двоколірне офарблення, хромовані деталі і безліч приладів на панелі, декорованій металізованим пластиком. Творці інших виробів масового попиту охоче використовували ідеї автомобільного дизайну. Так, панелі управління посудомийних машин стали походити на приладові дошки автомобілів, причому для повноти картини дискові таймери робилися у формі мініатюрного рульового колеса. Навіть скромний настільний радіоприймач отримав лінії швидкісного автомобіля, обрамленого, щоправда, не хромованою сталлю, а пластиком «під золото». «Ультрасучасні», тобто кричущі, форми припали до смаку масовому споживачеві.

В епоху економічного буму 1950-1960-х рр. процвітала і професія дизайнера. З 1951 по 1969 рр. число членів Співки індустріальних дизайнерів Америки зросла з 99 до більш ніж 600 осіб. При цьому, якщо в перші повоєнні роки дизайнери працювали переважно як незалежні консультанти, то до 1960-х рр. вони, зазвичай, вже були штатними співробітниками фірм. Завдяки цьому колишня недовіра до дизайнерів з боку інженерів-виробничників розвіялася, а естетична складова проектування стала відігравати важливу роль навіть в таких галузях промисловості, як медичне обладнання та важке машинобудування.

Серед представників елітарного дизайну США даного періоду був **Джордж Нельсон**. Він суміщав практику з теорією, вважаючи, що будь-яка річ має нести певний сенс, виражений в цілій системі візуальних форм. Його експерименти з меблями були метафоричні і саме тому проекти Нельсона стали культовою класикою модерну XX століття, а деякі були визнані іконами дизайну. В 1936 р. Нельсон разом зі своїм другом Вільямом Ханбі відкрив приватне архітектурне бюро. Роком раніше він зайняв пост головного

редактора в Архітектурному форумі видавництва Times Inc., і багато часу присвячував літературній діяльності. Книга Нельсона «Будинок майбутнього», випущена в 1945 р., стала бестселером, а праця «Проблеми дизайну» (1957 р.) була своєрідним викликом загальновизнаним стандартам архітектури.

У 1956 р. Нельсон створив компанію George Nelson & Associates, що випускала оригінальні предмети інтер'єру. Проекти Нельсона були вкрай різноманітні. Невагомі витончені світильники-лампи Bubble, знаменитий годинник Ball Clock, створені 1952 р. до сьогодні користуються незмінним попитом у справжніх цінителів американського модернізму. Справжньою сенсацією стало футуристичне крісло Coconut chair (1955 р.). Незабутнім арт-об'єктом був також диван Marshmallow (1956 р.). Граючи на асоціаціях форми і кольору, дизайнеру вдалося створити концептуально новий предмет інтер'єру. Проекти Джорджа Нельсона виходять за межі практичного використання речей, тому його дизайнерські знахідки визнані новаторськими, а він сам – культовою фігурою модернізму ХХ ст.

**Рассел Райт** відомий американський дизайнер першого покоління. З його ім'ям пов'язують уявлення про дизайн як про нову сферу художньої творчості. У 1930 р. відкрив власну фабрику металевого посуду і створив знаменитий універсальний посуд, в якому їжу готують і одразу подають на стіл. Райт був відомий як «містер американська сучасність», як дизайнер найбільш продаваних у світі столових сервізів. Його найвідомішим твором є безпрецедентний сервіз "Американська сучасність", позбавлений будь-якого декору, з незвичайним колірним рішенням (1937). До сьогодні продано більше 350 млн. цих сервізів. Райт одним з перших почав оперувати аудіовізуальною підтримкою продажів і таким поняттям як «стартова ціна виробу».

**Еліот Нойс** відомий американський індустріальний дизайнер і архітектор. Завідував відділом сучасної архітектури і дизайну Музею сучасного мистецтва в Нью-Йорку (1940-1945 рр.), де організував легендарну меблеву виставку «Органічний дизайн в домашній фурнітурі». У 1946-1947 рр.

працював в студії Б. Геддеса, з 1947 р створив власну фірму. Був дизайнером-консультантом найбільших промислових корпорацій США: «IBM», «Вестінгауз», «Mobil». У 1948-1953 рр. читав лекції з дизайну в Єльському університеті. Найбільш відомі роботи: фірмовий стиль IBM, в тому числі комп'ютерів "Система 379", друкарської машинки "Селектрик-11" (1971), бензоколонки «Мобіл ойл» (1968), будинку «Бабл» в Хоб-Саунд, штат Флорида (1954 г.).

Дизайнер **Харлі Ерл** став творцем автомобіля «американської мрії». Перша по-справжньому відома його робота – футуристичний концепт-кар Buick Y-Job (1938) на серійному шасі зі 140-сильним мотором. Машина стала справжньою сенсацією і набагато випередила свій час, але війна перешкодила реалізувати її в серійної продукції. Авто відрізнялося стильним аеродинамічним дизайном і прихованими передніми фарами. В 1940 р. Ерл став віце-президентом General Motors. Після відвідування військової бази американських ВПС, де Ерл побачив знаменитий бомбардувальник Lockheed Lightning P-38, він намагався перенести аеростиль на серійні автомобілі. Першим масовим втіленням став Cadillac Fleetwood 60 зразка 1948 р. з подвійним «хвостом». Наступна епохальна розробка – Buick Le Sabre, стиль якого наслідує реактивному винищувачу F-86 Sabre. На ньому вперше випробували масивні хвостові килі, які відразу ж з'явилися на моделях практично всіх американських марок.

**Італійський дизайн 1950-60-х рр.** Після Другої світової війни Італія в короткий час стає лідером у галузі дизайну, її економіка переживає бурхливий розвиток. В перші повоєнні роки дизайн був засобом розвитку компаній, інструментом виводу виробництва з кризи. Другим етапом став рух за піднесення престижу професії: видавалися журнали, присвячені дизайну, організовувалися виставки, конкурси тощо. Схильність італійської художньої культури до авангардних форм спостерігалася вже на початку XX ст. в русі футуристів. Абстрактні динамічні форми сучасного мистецтва, зокрема, стали взірцями дизайну меблів. Багато меблевих фірм були невеликими сімейними

підприємствами, мобільними і гнучкими. У виробництві меблів вони широко застосовували нові матеріали та технології. Своїм успіхом меблеві підприємства завдячували не тільки осмисленому зверненню до штучних матеріалів, але й співпраці з відомими архітекторами й дизайнерами. Яскрава художня індивідуальність, відкритість до технічних інновацій забезпечили процвітання італійського дизайну. Важливу роль відіграли також професійні виставки, конкурси, спеціалізовані журнали.

В Італії в означений період виникла концепція «Bel Design» («Гарний дизайн»), що так само, як і обтічна форма в США, була взята на озброєння впливовими виробниками. Втім, італійський дизайн мав дещо інші ціннісні орієнтири. «Bel Design» пропагував пріоритет естетики, оригінальності, образності. Предмети розумілися як індивідуальні особистості і символізували певний статус. Зокрема портативна друкарська машинка Етторе Соттсасса для італійської фірми «Оліветті» (1969) називалася жіночим іменем «Валентина», а відомий складний стілець Джанкарло Піретті – «Плія». Таке позиціонування дизайну було особливо актуальним для зорієнтованої на експорт італійської економіки.

Важливим аспектом італійського дизайну було його розуміння як області культури. Такі великі підприємства, як «Оліветті» або «Фіат» активно співпрацювали з відомими дизайнерами. Врешті сформувалася професія дизайнера-консультанта, що діяли в якості незалежних радників та консультантів. Ідея фірмового стилю (Corporate Identity) набула в Італії популярності й поширилася як одне з явищ сучасної культури. Одну з суттєвих особливостей італійського дизайну було визначено як «радість експерименту». Це було пов'язано з появою і поширенням в 1960-х рр. синтетичних матеріалів. Зокрема, різноманітні пластмаси надавали нові, майже необмежені можливості формоутворення. Італія вийшла у лідери інновацій в дизайні. Це проявилось на виставці 1972 р. «Італія. Новий внутрішній простір», котра проводилася в Музеї сучасного мистецтва в Нью-Йорку. Каталог виставки продавався за рекордною ціною більш, як 50 доларів.

В короткий час він перетворився на бібліографічну колекційну рідкість. Це стало одним з доказів лідируючого стану італійського дизайну. На виставці можна було побачити об'єкти «майнстримдизайну» і «антидизайну», елегантність та експеримент, класику й провокацію.

Повоєнний італійський дизайн втілювався в оригінальних проектах, пов'язаних з відродженням різних галузей промисловості. Саме дизайн став засобом розвитку компаній, інструментом виведення виробництва з кризи. Один з таких проектів – моторолер «Vespa», універсальний засіб пересування («стілець на колесах») дизайнера-конструктора гвинтокрилів Коррадіно д'Асканіо. Він був створений на основі міні-мотоциклів для парашутистів-десантників. Коррадіно д'Асканіо провів повний редизайн прототипу і врешті народився ідеальний масовий транспортний засіб. Їздити на новому моторолері було комфортно і безпечніше, ніж на мотоциклах вищого класу. Фаворитом декількох поколінь став практичний Vespa-50.

Іншим яскравим прикладом італійського дизайну є Fiat 500, більш відомий під назвою Topolino («мишеня»). Автомобіль випускався з 1936 по 1955 рр. В 1951 р. керівництво концерну вирішило замінити ветерана Topolino більш сучасною моделлю, яка змогла б стати основним сімейним автомобілем в Італії. В 1957 р. з конвеєра зійшов Fiat 500 Nuova. Головними козирами моделі стали сучасний дизайн, автором якого був Данте Джакоза, мінімальний розмір, економічність і ціна. Автомобіль розганявся до 85 км/год за 5 сек. Середня витрата палива складала лише 4,5 л. на 100 км. В народі авто отримало прозвісько «Bambino» – дитя, стало справді родинним автомобілем.

Технічний рівень компактної машини був досить високий для класу мікроавтомобілів. Зокрема, вперше була успішно реалізована компоновка машини із заднім розташуванням мотора. Автомобіль перевозив двох дорослих на передніх кріслах і двох дітей – на задньому дивані. Новий п'ятисотий був у виробництві 18 років – з 1957 по 1975, всього було продано близько 4 млн. «Bambino».

В 1950-60-х рр. в Італії значно зріс престиж професії дизайнера: починають видаватися фахові часописи, організовуються виставки, авторитетний конкурс «Золотий циркуль» тощо. Активно формуються декілька галузей італійського дизайну. По-перше, у сфері дизайну інтер'єрів, меблів, світильників сформувалася потужна школа архітектурного проектування. По-друге, не менш сильна інженерна школа працювала з новими матеріалами і технологіями, що стало основою для створення багатьох новаторських проектів у сфері автомобільного дизайну та інженерного конструювання. Зокрема, у 1952 р. італієць Ж. Натта разом з К. Циглером винайшли штучний матеріал поліпропілен, за що у 1963 р. отримали Нобелівську премію в галузі хімії. Цьому винаходу судилося зробити революцію в меблевому виробництві. Недорогі й міцні меблі виготовлялися індустриальним способом, при цьому маючи сучасні оригінальні форми. Численні фірми продовжували інтенсивну роботу по вдосконаленню пінопластів, нейлону, поліестеру, розширюючи діапазон застосування цих матеріалів. Нові розробки в хімічній промисловості дозволили використання пластмас у галузі господарчих товарів.

В італійському дизайні 1950-60 рр. сформувалася творчість блискучих майстрів, які здобули всесвітнє визнання. **Джованні Понті** був однією з центральних фігур в становленні італійського дизайну. Він був й талановитим архітектором, графіком, художником театру і кіно, керамістом, живописцем-монументалістом. Впродовж багаторічної кар'єри йому довелося проектувати від кавоварок і виделок до хмарочосів і електропоїздів. Крім того, він виступив як талановитий видавець – в 1928 р. Понті заснував журнал *Domus* – один з перших архітектурних журналів у світі і був його головним редактором до 1979 р. Понті спроектував хмарочос фірми *Pirelli*, найвищий в Мілані, багато приватних вілл. Він працював з порцеляною компанії *Richard Ginori*, проектував меблі для *Cassini*, раковини і унітази, кавоварки для *Krupp*, срібні столові прилади для *Cristofle*, меблевий текстиль і друкарські машинки. В меблевому дизайні його розробки завжди відрізняла технічна та

експлуатаційна економічність і своєрідна лаконічна елегантність. Наприклад, графічний круглий кавовий столик, основу якого становить своєрідна «решітка» з металевих рейок, стілець Montecatini з полірованого алюмінію. Килим, створений Понті в 1954 р., буквально складений зі шматочків шкіри різної форми та кольору, він ілюструє відданість Понті геометричним формам і структурам.

Один із найексцентричніших представників «італійського стилю» в дизайні **Карло Молліно**. Розпочав свою діяльність як архітектор. У 1940-50-ті рр. практикував в різних галузях проектування: промисловий дизайн, меблі, інтер'єри, експозиційний дизайн, сценографія, моделювання жіночого взуття, проектування аеропланів та гоночних авто, канатних доріг. Творчість Молліно виразилася в гостро індивідуальному «автобіографічному» стилі, котрий отримав назву «туринського бароко» та «аеродинамічного сюрреалізму». «Італійський Гауді», «останній футурист» Молліно сприймав техніку й технології як небачену можливість втілення найфантастичніших, майже безглузвих задумів, що цілком відповідало ейфорії повоєнного часу.

**П'єро Форназетті** вважав, що будь-який предмет може бути декорований на 100% і при цьому не втратити свого призначення. П'єро Форназетті, досконало оволодівши мистецтвом *trompe* (зображень-обманок, побудованих на оптичних ефектах спотворення перспективи), перетворював меблі на архітектурні об'єкти, змушував газети приймати форму попільничок, заселяв поверхні комодів різнокольоровими метеликами і наносив зображення Адама і Єви на шезлонги. П'єро Форназетті був водночас фантазером, дизайнером і художником, ілюстратором, ремісником, фабрикантом і бізнесменом.

Головну увагу Форназетті приділяв декоруванню поверхонь – ані форма, ані декор не повинні були зумовлюватися функціональністю, а оформлення не мало слідувати за об'ємом. Він заробив стійку репутацію як дизайнер з власним неповторним стилем, заснованим на ілюзійності, архітектурній перспективі, використанні авторських мотивів, таких як сонце, гральні карти,



риби, квіти. Особливою популярністю і донині користується його улюблений образ – лице Ліни Кавальєрі, чий портрет він знайшов у журналі XIX ст. Він був невичерпним, вигадуючи варіації на тему цього обличчя, і врешті створив понад 500 різних зображень. Форназетті прикладав свій дизайнерський талант до безлічі об'єктів – як він казав, «модних речей, які ніколи не виходять з моди» – капелюхи, жилети, попільнички, стільці, посуд, кабінети, фортепіано, магазини, автомобілі, океанські лайнери.

Дизайн приніс з в проектно-художню культуру таке нове поняття як «фірмовий стиль». Фірмовий стиль являв собою сукупність графічних, кольорних, стилістичних і композиційних прийомів і елементів, комплексно спроектованих з метою створення певного образу усього, що пов'язано з підприємством, його діяльністю та продукцією. На відміну від традиційного історичного художнього стилю, фірмовий стиль створюється конкретним автором, існує поза територіальними межами і носить яскраво виражений суб'єктивний характер.

У світі промислового дизайну один з ранніх зразків фірмового стилю – «**стиль Olivetti**». У стилі Olivetti проглядалося яскраво виражене прагнення зробити будь-яку продукцію красивою. В добу, коли технічні характеристики виробів не надто відрізнялися між собою, естетичне сприйняття і зручність роботи за конторським приладдям фірми Olivetti давали їй можливість утримуватися на позиціях лідера у сфері виробника друкарських машинок і автоматичного офісного приладдя.

У 1927 році Адріано Оліветті, син засновника фірми, раніше за інших зрозумів і оцінив роль дизайну, як потужного засобу конкуренції. З 1936 р. провідним дизайнером фірми Olivetti стає Марчелло Ніццолі. Він підготовляє переворот у виробництві комплексного конторського обладнання. Впродовж повоєнного економічного і промислового зростання фірма Olivetti започаткувала «соціальний експеримент». Адріано Оліветті запросив архітектора Ле Корбюзьє для будівництва житлових будинків для робітників і розробки нової моделі фабричних комплексів. В 1958 р. рівень життя

робітників фірми Olivetti був на 80% вище, ніж у їхніх колег на інших підприємствах галузі. Наступ фірми на світовий ринок почався наприкінці 1940-х рр. коли були випущені сенсаційні за своїми естетичними якостями моделі друкарських машинок. У 1948 р. Марчелло Ніццолі створив «Лексикон - 80», в 1950 р. він же спроектував модель «Леттера - 22» і рахунковий апарат Divisumma. Промислова продукція «лінії Ніццолі» швидко перетворилася на еталон обтічного стилю, була орієнтована на власну споживчу еліту і експортована в Сполучені Штати.

Відділ дизайну фірми Olivetti розширився. Разом з Ніццолі, дизайнери Етторе Соттсасс (друкарська машинка Tekne 3, комп'ютер Elea 9003, друкарська машинка Praxis 48, портативна друкарська машинка Valentine), Маріо Белліні (калькулятори Programma 101, Divisumma 18 і Logos 68) і Джованні Пінторі очолили чотири напрямки у відділі дизайну. Дизайн-програма фірми Olivetti створила культуру фірмового стилю, поширювану на кожний видимий прояв компанії: корпоративний дух, форму продажу, продукцію і персонал. Фірма Olivetti однією з перших розпочала виробництво повних комплектів обладнання для будь-яких систем офісних операцій.

**Дизайн Великобританії.** Друга світова війна вплинула на предметний дизайн. Воюючі країни радикально скоротили споживання сировини приватними підприємцями. Фабрики випускали в основному військову продукцію. У Великобританії в 1941 році була введена спеціальна програма, спрямована на економію ресурсів. Після закінчення війни розвиток дизайну проходив під знаком підвищення конкурентоспроможності британських товарів.

Великобританія – країна високої промислової культури, основи якої закладалися вже в середині XIX століття. Вона виступила одним з піонерів впровадження раціональних і красивих зразків в індустріальне виробництво. Завдяки численним художньо-промисловим радам, об'єднанням, навчальним закладам складалася та висока культура масової продукції, яка визначала різні сфери британської промисловості і в повоєнні роки.

Ще не закінчилася війна, а в Великобританії вже переймалися майбутньої експансією американських товарів. У 1944 р. при Міністерстві торгівлі була створена перша в Європі структура державного масштабу – **Британська Рада з промислового дизайну**. Перед нею ставилося завдання надання допомоги промисловості у випуску високоякісної продукції, здатної конкурувати з кращими зарубіжними зразками, завоювання зовнішнього ринку. Рада включала в себе три сектори: промисловості, інформації та виставок, адміністративно-фінансовий. Незабаром філія Ради був відкрита в Шотландії. Рада почала широку пропаганду одночасно в двох напрямках: серед промисловців, переконуючи їх залучати дизайнерів до створення нових виробів, і серед оптових і роздрібних покупців, прищеплюючи їм високу вимогливість до якості промислових товарів.

Рада з дизайну вже в перші місяці 1946 р. організувала виставку «Британія це може» під девізом «Гарний дизайн – гарний бізнес». Виставка мала вселити оптимізм, підтримати впевненість в економічному зростанні і близькому добробуті суспільства. В 1947-1958 рр. Раду очолював Гордон Рассел, дизайнер-текстильник. Перший список вдалих по формоутворенню і якості промислових товарів з 28 найменувань був оприлюднений в 1948 р. З 1949 р. Радою почав випускатися часопис «Design», що швидко набув популярність і авторитет серед професіоналів усього світу. У першому номері була розміщена програмна стаття, де відображалася позиція Ради та редколегії журналу. Підкреслювалося, що Британія не повинна слідувати американському дизайну як надто комерціалізованому стайлінгу, орієнтованому переважно на зовнішній ефект, а не на всебічне врахування комплексу факторів добробуту суспільства.

Однією з провідних ланок Ради з дизайну став Дизайн-центр в Лондоні з постійно діючою там виставкою (1956). Виставка формувалася на матеріалах так званого «Дизайн-індексу» – ілюстрованої картотеки кращих виробів. Найбільш якісні вироби відбиралися експертною групою (понад 10 осіб) і рекомендувалися для обговорення і затвердження журі в статусі «Кращий

виріб». При відборі виробів для картотеки вже в перші роки діяльності Дизайн-центру експерти керувалися такими критеріями: функціональність виробу, виразність зовнішнього вигляду, якість конструкційних матеріалів і обробки, зручність користування і обслуговування, простота технології, економічність. Вироби, включені в картотеку, мали право продаватися зі спеціальним ярликом, заснованим Радою, що служили для покупців гарантією високої якості. На зразки, які отримали премії Дизайн-центру, різко підвищувався попит (іноді в 2-3 рази). З кінця 1960-х рр. премії Центру стали присуджуватися не тільки побутовим виробам, а й зразкам промислового обладнання, засобам транспорту та ін. З 18 премійованих Радою в 1968 р. виробів 6 належали до промислового обладнання.

**Дуглас Скот** – перший професійний індустріальний дизайнер Великобританії. Працював в Лондонському бюро Раймонда Лоуї (1936-1939), після другої світової війни відкривав власне бюро, викладав в Центральній школі мистецтв і дизайну в Лондоні. Дуглас Скот прагнув у своїй роботі до того, щоб вироби були легкими до виробництва, користувалися успіхом і були практичними. У промисловому дизайні, на його думку, немає місця для індивідуальної естетики. Найвідоміша його робота – двоповерховий автобус "Routemaster" (1954), який став одним з символів Лондона. Дизайн телефону-автомата для британської компанії GPO (General Post Office, бл. 1960 р.) поєднав в собі американський стрімлайн з традиційним британським консерватизмом.

Вже у перші повоєнні десятиліття дизайнери працювали в штаті багатьох підприємств, втім, головний вплив на якість промислової продукції визначала діяльність самостійних дизайнерських фірм і бюро. Серед найбільших незалежних бюро в Європі була «Науково-дослідницька дизайнерська група», очолювана М. Блеком. Бюро мало в своєму складі три групи фахівців – архітекторів, дизайнерів і дизайнерів-графіків. Воно могло водночас вести до 20 великих розробок. На рахунку бюро участь в комплексних роботах з модернізації рухомого складу і обладнання

лондонського метро, спальних вагонів для поїздів далекого прямування в комплексній програмі фірмового стилю залізниць Британії та ін.

**Міша Блек** – видатний діяч британського і світового дизайну, архітектор-педагог. Багато працював в області проектування виробів побутового призначення, інтер'єрів громадських будівель. Велику популярність здобув як виставковий дизайнер, зокрема, як автор експозиції «Британія це може», виставки ЮНЕСКО в Мексиці та Ізраїлі (1947-1953) та ін. У 1954-1955-х рр. Блек – президент Товариства промислових художників і дизайнерів.

**Девід Бахе.** З 1954 р. працював для британської автомобільної фірми «Rover». Створений ним новий «Landrover» Серія II (1958) визначив лінію розвитку сімейства лендроверів і став прикладом класичного британського дизайну.

**Алек Іссігоніс.** Внаслідок злиття автомобільних компаній у Великобританії утворилася корпорація «Брітіш Мотор Корпорейшн - Бі-Ем-Сі». Алек Іссігоніс, який працював в ній, отримав завдання на розробку абсолютно нового легкового автомобілю мінімальних розмірів, економічного і розрахованого на чотирьох осіб. Іссігоніс створив автомобіль «Міні», що став легендою автоіндустрії. Вперше модель «Міні» в двох варіантах під торговими марками «Остін» і «Морріс» була представлена публіці в серпні 1959 р. При потужності двигуна 34,5 к.с. швидкість була до 120 км/год, а витрата бензину – 6 л. на 100 км шляху (при швидкості 80 км/год). Презентація автомобілю «Міні» стала неординарною дизайнерської акцією. На сцені лежав макет величезного капелюха, половинки якого роз'їхалися, і на сцені залишився маленький червоний автомобіль. З нього вийшли троє повнотілих чоловіків, потім з салону з'явилися дві жінки, одна з дітям на руках. Вони почали витягати з багажника і всіляких кишеньок ключки для гольфу, валізи, сумки, коробки. Коли ж з салону вистрибнули ще й дві собаки, аудиторія вибухнула оплесками. Крихітний «Міні» виявився ідеальним «спортсменом»: за всю історію свого існування він здобув 28 перемог в різних змаганнях. У 1962 році

з'явилася модель «Morris-1100», створена у співпраці з ательє «Пініфаріна», а потім й інші моделі. «Morris Міні» в різних модифікаціях випускався до 2001 року і став по-справжньому культовим «народним» автомобілем.

**Ернст Рейс** заклав основи англійського поняття «Сучасний стиль», пов'язаного з легкими органічними меблями. Використовуючи для конструктивних елементів різні матеріали, на основі методу уніфікації та спрощення технології, він створював як окремі вироби, так і їх комплекси в демократичному стилі, доступні широкому колу споживачів. Так, зокрема, з'явилася серія малогабаритних побутових меблів типу «Шеппі» з 18 різновидів. Зміна варіантів досягалася завдяки взаємозамінним бічним рамам трьох видів: металеві труби квадратного перетину; квадратні ясеневі або тисові бруски; смуговий метал з кріпленням до нього фанерних коробчастих підлокітників, обтягнутих тканиною або заміником шкіри. Дотепними були нові види з'єднання й кріплення елементів, що зводили процес складання до кількох простих операцій.

**Робін Дей** здобув популярність створенням стільця з поліпропілену (1963), де вперше були продемонстровані можливості термопластів в промисловому масовому виробництві. Матеріал виявився ідеальним для виготовлення монолітної панелі спинки-сидіння недорогого, але якісного стільця серійного виробництва. До кінця XX ст. в 23 країнах було продано 14 мільйонів таких стільців.

**Скандинавський дизайн.** Скандинавський дизайн характеризується простотою, мінімалізмом і функціональністю, що набув розквіту в 1950-х рр. в Данії, Фінляндії, Норвегії та Швеції. У 1954 р. в Нью Йорку відбулася виставка «Дизайн в Скандинавії», після чого в Америці почалася мода на скандинавські меблі. Концепція скандинавського дизайну була предметом наукових дискусій, виставок і маркетингових програм з 1950-х рр.

Данський дизайн використовував нові промислові технології в поєднанні з ідеями простоти і функціоналізму для проектування будівель, меблів і предметів побуту. Після Другої світової війни умови в Данії ідеально

сприяли розвитку дизайну. Данська індустріалізація в поєднанні з традиціями ремісничої майстерності лягли в основу поступового формування оригінальної стилістики скандинавського дизайну. Однією з особливостей дизайну пер. пол. XX ст. в Данії є поєднання традицій класицизму, руху декоративно-прикладного мистецтва і модернізму. Дизайн др. пол. XX ст. пов'язаний з послідовною інтеграцією в міжнародну систему. Данська традиція 1950-1970-х рр. – використання спрощених форм, нових матеріалів і нових технологічних систем. Однією з ключових особливостей данського дизайну можна назвати уважне ставлення до матеріалів та бажання продемонструвати її фізичні характеристики. Ця традиція тонкого відчуття матеріалу з середини 20-го ст. була перенесена на нові об'єкти і текстури, зокрема, на пластик, скло і метал.

Арне Якобсен – видатний данський архітектор і дизайнер меблів, інтер'єрів, тканин, виробів зі скла і металу, представник функціоналізму в данській архітектурі. Важливою складовою творчого методу А. Якобсена було його прагнення до створення завершеного твору: працюючи над проектом будинку, він розробляв дизайн абсолютно всіх його елементів. Будь-яка самостійна функція повинна була, на його думку, отримати і самостійне дизайнерське рішення. Його крісла-скульптури з литих скловолоконних форм «Лебідь» і «Яйце» стали справжніми шедеврами і до сьогодні залишаються неперевершеними по креативності й витонченості стилю. В 1952 р. з'явився ще один шедевр Якобсена – стілець «Мураха» з фанери з металевим каркасом. Вперше спинка і сидіння були зроблені з одного шматка фанери. Це перший зразок промислових меблів, що став іконою скандинавського дизайну – було розпродано понад мільйон цих стільців.

1955 року Якобсен створив стілець "Номер 7". Спочатку він був виконаний з бука в білому і чорному кольорі. Згодом данські архітектор Вернер Пантон і художник Поль Гернес розширили його кольорову гаму. Зараз стілець має різноманітну кольорову палітру і виготовляється з таких матеріалів як бук, клен, ясен, вишня. Стілець є одним з найуспішніших

комерційних проектів, з дня його створення було виготовлено понад п'ять мільйонів екземплярів.

Експериментатор, теоретик і при цьому чудовий практик, революційний творець і перфекціоніст – Вернер Пантон, видатний представник дизайну XX ст. Пантон віддавав перевагу інноваційним технологіям і матеріалам. Пластик, плексиглас, фіберглас, скло, сталь, пінорези́на, поліпропі́лен і синтетичні волокна – ось матеріали, які обрав для себе Пантон. Він був одним з перших дизайнерів, хто розглядав кожен предмет інтер'єру як елемент житлового середовища, пов'язаний з усіма іншими компонентами. Його цікавила атмосфера всього будинку, а не окрема річ як така – він це називав «інтерактивний домашній ландшафт».

У 1960 р. він створив свій шедевр Panton Chair – з одного шматка формованого пластика, що до нього не вдавалося нікому. Сім років Пантон шукав фабрику, яка візьметься зробити цю модель. Виробництво стільця почалося в 1967 р. компанією Herman Miller & Fehlbauм. З 1999 р. і донині його випускає компанія Vitra. Пантон створив дійсно інноваційні футуристичні меблі і проекти, використовуючи нові технології і матеріали. Один з кращих його проектів – Cone Chair. Перевернутий конус Cone Chair був настільки шокуючий для свого часу, що виставлений у вітрині магазину виробника в Нью-Йорку, привів до необхідності втручання поліції для відновлення дорожнього руху.

Дизайн Фінляндії. Особливістю фінської школи є поєднання національної традиції і принципів міжнародної архітектурної доктрини. У пер. пол. XX ст. фінський дизайн був сформований ідеями модернізму. Зокрема, роботи Алвара Аалто взяли участь у знаковій виставці «Сучасна архітектура: міжнародна виставка» в Музеї сучасного мистецтва в Нью-Йорку в 1932 р. і фактично дали поштовх розвитку міжнародного стилю. Фінляндія стала однією з найвпливовіших країн як з точки зору поширення міжнародного стилю, так і з точки зору розвитку дизайну в цілому. Класичний фінський



дизайн поєднував елементи традиційної культури, природні мотиви і принципи міжнародного функціонального і мінімалістського дизайну.

У повоєнний період розвиток дизайну в Фінляндії був частиною державної програми. 1951 р. фінський дизайн був широко представлений на 9-й Міланській триєналі і провідних дизайнерських виставках. У 1954 р. на 10-й триєналі в Мілані стенд Фінляндії був спроектований Тапіо Вірккала, демонструючи широкий спектр робіт. Фінські дизайнери скла, зокрема, утверджували статус художнього об'єкту, кожен предмет розглядався не просто як зручний предмет посуду, а як втілення художньої ідеї. Період 1960-1970-х рр. вважається «золотою добою» фінського дизайну.

Кай Франк – фінський промисловий дизайнер, у повоєнні роки проектував повсякденні утилітарні предмети і був теоретиком соціальної естетики функціональних об'єктів. Саме він запропонував демократичну альтернативу класичним сервізам: покупці самі складали відповідний їх потребам набір повсякденного посуду з асортименту кількох різностильових серій. Його концептуальна формула проста: довговічність, практичність, компактність, «ясна» чиста форма. Франк був однією з провідних фігур фінської дизайн-спільноти в 1940-1980-их рр., про що свідчить щорічна міжнародна премія Kaj Franck Design Prize.

Дизайнер і скульптор Тапіо Вірккала був одним з піонерів фінського промислового дизайну. Найбільшу популярність він отримав як дизайнер виробів зі скла. Вірккала можна порівняти з майстрами минулого, коли майстер виконував всі роботи вручну, і таємниця виготовлення виробу передавалася з покоління в покоління. Серед найвідоміших творів Вірккала: об'єкти Ultima Thule, пляшки для Finlandia vodka, серія з «blown glass».

Форма і сутність природи поєднувалася в об'єктах дизайнера з душею людини. В його творах можна бачити стилізовані природні форми: листя, обриси птахів і риб, крижані формування, рух води. Наприклад, за основу робіт знаменитої серії Ultima Thule дизайнер взяв форму льоду, що тане.

Іскристий лід тут пронизаний безліччю повітряних бульбашок. Нечіткі береги і обтічність ліній створюють образ первісної краси.

Візитною карткою дизайнера Тімо Сарпаневи передусім є твори зі скла, які принесли випускнику Гельсінського Інституту промислових мистецтв світову славу. У 1950-х рр. не було жодної Міланської триєнале декоративно-прикладного мистецтва, де Сарпанева не здобув би якусь з вищих нагород. Срібна медаль в 1951 р., гран-прі в 1954-му, відразу два призи – за архітектурний дизайн і за вази «Орхідея» та «Каяк» в 1957-му (в тому ж році Сарпанева відповідав на триєнале за дизайн фінського павільйону), ще одне срібло в 1960-му. Символічно, що всі ці нагороди Сарпанева отримав в Італії, відомій стародавніми складувними традиціями. Проте, в ХХ ст. саме майстри фінського модернізму – Алвар Аалто, Тапіо Вірккала і Тімо Сарпанева утвердили пріоритет фінських майстрів в цьому напрямку.

Його вази і свічники були димчастими, масивними і оманливо грубуватими, його келихи – настільки ж оманливо крихкими і прозорими. Але, як би майстер не формував скло, він завжди працював не стільки з матеріалом, скільки зі світлом. А відтінків світла, якими вигравали його роботи, він знав безліч. В зв'язку з цим критики говорили то про мерехтіння води під льодом замерзлого моря, то про світло, що заплуталося в листі дерев. Але ця гонитва за світлом ніколи не входила у Сарпаневи в протиріччя з принципом функціональності.

«Культовим об'єктом» у творчості Сарпаневи називають каструлю, створену ним в 1960 р., де обтічний металевий «тулуб» поєднується зі знімною дерев'яною ручкою. Невибagliва простота й елегантність виробу навіває образи вечері лісорубів біля багаття, заміського пікніка тощо.

Ееро Арніо – відомий фінський майстер меблевого дизайну, один з піонерів використання пластмаси в промисловому дизайні. У 1962 р. відкрив власну студію, працював над інтер'єрами і промисловими об'єктами, а також в якості фотографа і дизайнера-графіка.

Поглинений ідеєю створення нових меблів, Арніо спроектував своє знамените крісло Ball (1963) з фіброскла. Крісло Ball - це «кімната всередині кімнати» що, дає відчуття усамітнення для відпочинку або телефонної розмови. У 1966 році Ball стало сенсацією виставки в Кельні. Крісло й принесло Арніо світову популярність. Це дало старт серії меблів з фіброскла, який залишився одним з улюблених матеріалів дизайнера. У серію входить крісло Pastil (1967-1968), за яке він отримав в 1968 р. приз Американських промислових дизайнерів, і крісло Bubble (1968). Про крісло Bubble, дизайнер казав: «Після створення Ball мені захотілося, щоб в усередину кулі зусібіч проникало світло». Прозора куля була створений з акрилової смоли, що надувалася мов мильна бульбашка.

Pastil Chair (1968) і Tomato Chair (1971) підтвердили репутацію дизайнера як майстра винаходити незвичайні на вигляд форми зручні для людського тіла. Багато моделей Аарніо припускають різноманітність використання. Так протягом багатьох років спокою дизайнерові не давала ідея крісла, яке можна було б використовувати і для конференцій, і для будинку. Створивши у 2002 р. «обідню версію» стола Parabel, він придумав як доповнення до нього крісло Focus Chair. Воно зроблено на основі металевої конструкції, яка покрита спеціальною піною і оббита тканиною Tonus 2000 різних кольорів.

Природність форми, комфорт, яскравість і іронічний підтекст проектів Арніо оцінили діти, адже деяким предметам меблів дизайнер надав вид іграшок. Так було з проектами Pony (1973) і Tiri (2002). Хоча ці об'єкти виглядають як великі іграшки і подобаються дітям, вони зручні й для дорослих. Арніо також створив дитячі меблі для проекту «Mee too»: пластикову собачку Pupru і дитячий стілець Trioli. Як і інші проекти Арніо, його дитячі об'єкти характеризуються функціональністю, різнобічністю використання, барвистістю й ігровим підтекстом. На стільці Trioli дитина зможе сидіти в будь-якому положенні, стілець можна використовувати як гойдалку і переносити, взявшись за ручку.

**Дизайн Німеччини.** Для кращих зразків німецького дизайну завжди були характерні такі риси, як закінченість, впорядкованість, строгість і лаконічність форм. В 1940-1950-і рр. перевага віддавалася створенню домашнього начиння, порцеляни, скла, столових приладів, меблів, тканин, електроприладів, побутової радіоапаратури, побутових машин. У 1960-х рр. в сферу дизайнерської роботи почали входити верстати, великі машини, шляхо-будівельне устаткування тощо. Колишні випускники Баухауза вважали, що при створенні простих в технічному плані предметів широкого споживання дизайнер може вирішальним чином впливати на їх якість і корисність. Інші стверджували, що сфера діяльності дизайнера виходить далеко за межі конструювання нескладних об'єктів або «художнього консультування». Вони активно включалися в проектування промислового обладнання та електронної техніки і, не обмежуючись завданнями формального характеру, вели широкий пошук вирішення проблем, пов'язаних зі споживчими і експлуатаційними якостями цих виробів. Прикладом такої роботи є діяльність дизайнерів, які здійснили якісні зміни продукції фірми «Браун».

«Браун» зробила ставку на скромного споживача, «дискримінованого» великими монополіями, розробляючи функціонально бездоганні і відносно дешеві моделі. Під впливом ідейних концепцій Ульмської вищої школи формоутворення фірма дуже швидко сформувала єдиний стиль, настільки індивідуальний, що можна говорити про «Браун-стиль» як виняткове явище в світовому комерційному дизайні.

Ульмська вища школа формоутворення була заснована в 1951 р. Максом Біллом для підготовки дизайнерів. З одного боку, вона стала продовжувачем ідей і практики Баухауза, з іншого – зразком, за яким формувалися інші центри дизайнерської освіти в світі. У своїх поглядах М. Білл дотримувався концепції чистого, функціонального дизайну. У 1953-55 рр. було споруджено будівлю школи. На урочисте відкриття приїхав перший директор Баухаузу Вальтер Гропіус. З 1957 р. Ульмську школу очолював аргентинський художник і дизайнер Томас Мальдонадо. Він був прихильником т.з. «соціального

функціоналізму», на противагу «формалістичному функціоналізму» Баухаузу. Мальдонадо прагнув надати дизайну соціального змісту.

В основі викладання лежав новий метод навчання – проектування мало вестися на основі ретельного збору фактичного матеріалу, його аналізу і досліджень з позицій наукових, технічних і технологічних знань. Понад чверть свого часу в Ульмі студенти витрачали на вивчення ергономіки, соціології, економіки та психології, щоб потім у професійній діяльності вміти застосовувати системний підхід до процесу проектування. Основний склад викладачів складався приблизно з 15 осіб, при цьому для читання лекцій і ведення занять запрошувалися з різних країн до 50 вчених, архітекторів і дизайнерів. Заняття велися на чотирьох факультетах: дизайну промислових виробів, будівництва та архітектури, візуальних комунікацій, інформації.

Навчальна програма факультету художнього конструювання була присвячена проектуванню виробів для використання в побуті, на виробництві, в науково-дослідній, медичній та освітній сферах. Основний наголос в навчанні ставився на розробці комплексних груп виробів, об'єднаних за стильовою ознакою. На факультеті будівництва студенти здобували підготовку щодо впровадження індустріальних методів в архітектуру. Керівникам ставилося завдання дати студентам ті знання про сучасні технології і промислові методики, які не враховувалися традиційною архітектурою. Завданням факультету візуальних комунікацій був випуск фахівців з фотографії, упаковки, графіки, поліграфії, оформлення виставок, а також по роботі в документальній кінематографії. Факультет інформації готував журналістів.

Навчальний процес базувався навколо практичних робіт з проектування. Під час роботи над конкретним проектом студенти вивчали певний розділ супутніх дисциплін, таких, як психологія, математика, ергономіка та ін. Завданням курсового проекту могла бути розробка магнітофона, приладової дошки автомобіля, санітарно-технічного блоку, вогнегасника (на факультеті художнього конструювання), панельного будинку, бензозаправної станції (на

будівельному факультеті), оформлення упаковки для пластинок або продуктів харчування, серія рекламних оголошень, розробка товарного знаку (на факультеті візуальних комунікацій).

Ульмська школа включала два проектно-конструкторських інститути, якими керували професори школи: інститут дизайну промислових виробів та інститут індустріальних методів будівництва. В інститутах велися дизайнерські й науково-дослідні роботи на замовлення фірм і організацій. Тим самим забезпечувався постійний зв'язок школи з промисловістю. У 1968 р., внаслідок конфлікту з урядом землі Баден-Вюртемберг, Ульмська школа була закрита.

Ульм показав, що в німецькому дизайні 1960-х рр. провідним стильовим принципом став функціоналізм - «гарна форма» («gute form»). Функціональні і технологічні аспекти все більш виступали в дизайні наперед і дизайнери почали сприйматися передусім як інженери, а не художники. Виробники високоякісної радіоапаратури класу «хай-фай» і предметів споживання фірми «Браун», співпрацюючи з такими видатними представниками функціоналізму, як Ханс Гугелот, Дітер Рамс, Вільгельм Вагенфельд, реалізовували Ульмське розуміння індустріальної якості. Фірма «Браун» стала для багатьох інших підприємств зразком чіткого функціонального формоутворення і зразкового сучасного фірмового стилю.

У 1954 р. провідним дизайнером «Браун» був призначений Фріц Айхлер. Проаналізувавши ситуацію, він спільно з власниками фірми розробив програму діяльності, створивши узагальнений образ свого споживача. «Ми бачимо цих людей симпатичними, інтелігентними і природними. Їх квартири – не сценічні декорації, а облаштовані просто, зі смаком, практичні і затишні. Наші електроприлади мають бути безшумними, тихими помічниками і слугами. Вони повинні непомітно зникати, так само як гарний слуга, коли все вже зроблено». Стиль «Браун» – це відсутність декору, яскравих кольорових плям, імітації матеріалів. Це скромна колористична гама, побудована на

тонких відтінках сірого кольору, поєднанні чорного и білого. Це створення цілісного образу найпростішими и мінімальними засобами.

Успіх стилю частково пояснювався тим, що наприкінці 1950-х рр. настало пересичення обтічним стилем, масовий споживач прагнув чогось нового. Геометрична простота і лаконізм виробів «Браун» виявилися вельми доречними. Товар користувався попитом не тільки у «простого» споживача, але й у «елітарного», якого потягнуло в цей час до «спрощення» свого побуту. Дітер Рамс, що прийшов у фірму в 1955 р., розвинув імідж фірми до апогею. Його девізом було: «Менше дизайну - це більше дизайну». Прилади «Браун» мали бути простими і завжди сучасними, техніка – досконалою до найдрібніших деталей. Вироби «Браун» стали зразком для наслідування. Продукція «Браун» здобула міжнародне визнання, на триєнале в Мілані в 1957, 1960, 1962 рр. вона була відзначена призами "Компассо д'Оро".

**Футуристичний стиль 1960-х рр.** В 1961 р. вперше здійснив політ у космос радянський космонавт Юрій Гагарін, в 1969 р. американські астронавти Ніл Армстронг і Едвін Олдрін висадилися на Місяці. Почалась т.з. «космічна ера». Прорив за межі Землі був би неможливий без розвитку технологій, використання нових матеріалів, які сприймалися як символ прогресу. Досягнення в галузі космонавтики перетворювали наукову фантастику в реальність. В дизайні, архітектурі, моді стрімко поширювалися матеріали, кольори й форми, що асоціювалися з космосом. Сріблястий колір став одним з основних кольорів шістдесятих років. Полірований метал, алюміній увійшли в інтер'єри. Побутова техніка, прилади та апаратура в офісах забарвлювалися в сріблястий колір, виблискували хромом деталей. В моду повернулися меблі зі сталевих трубок, сріблястий колір прийшов і в модний одяг. Тема космічного шолома, наприклад, була використана в формоутворенні від телевізорів до головних уборів. «Космічні» форми набули меблі офісів, диспетчерських центрів, житлових приміщень.

Річард Бакмінстер Фуллер – архітектор, винахідник, учений, інженер, футурист і дизайнер, один з найяскравіших представників футуристичного

дизайну. Фуллер все життя доводив, що фантастика це сьогоднішня реальність для тих, у кого немає почуття часу. Серед його проектів «Дев'яте небо» - повітряні житла, які можна виготовляти у вигляді гігантських геодезичних сфер, даючи їм можливість триматися над землею за рахунок нагрітого повітря. З 1947 року Фуллер розробляв просторову конструкцію «геодезичного куполу», який являв собою півсферу, зібрану з тетраедрів. Геодезичні куполи принесли Фуллеру міжнародне визнання (у 1959 році для Американської національної виставки в Москві був побудований «золотий купол», в 1967 році — павільйон США на Всесвітній виставці в Монреалі). Фуллер викладав в Університеті Південного Іллінойса з 1959 по 1970 в Школі мистецтва і дизайну. Фуллер вірив, що людське суспільство незабаром покладатиметься в основному на відновлювані джерела енергії, такі як електрика з сонячного світла і енергії вітру. Він сподівався на настання ери «всеуспішної освіти і забезпеченості людства».

Джо Коломбо (справжнє ім'я – Cesare Colombo) – один з найбільш яскравих представників футуристичного дизайну житлового середовища 1960-х рр. Він автор безлічі проектних розробок: меблів та комплексів житлового обладнання, світильників, фототехніки серед яких є цілком прагматичні об'єкти масового виробництва й концептуально-футурологічні інсталяції, виконані для виставок і міжнародних конкурсів. Коломбо бачив свою роль дизайнера в тому, аби створювати середовище майбутнього. Людям майбутнього, на його думку, буде потрібно новий тип середовища проживання: «простір, який може трансформуватися, простір придатний для медитації й експериментів, для інтимності і для спілкування». Широку популярність Коломбо принесли його концептуально-футурологічні проекти повністю обладнаних житлових осередків, багатофункціональних, мікропросторів що трансформуються і передбачають індустріальне потокове виробництво. Найбільш повне вираження цей напрямок у творчості Коломбо знайшов в двох виставкових проектах-прототипах: населена структура, що складалася з серії функціональних блоків, представлена на виставці «ВІЗІОН



- 69», і населений контейнер (представлений на виставці «Італія: новий домашній ландшафт», Нью-Йорк, 1972), який в дусі ідей архітектурного авангарду того часу мислився одночасно як комбінаторна структурна одиниця міста майбутнього. Зокрема, у міні середовищі традиційні предмети меблів були замінені блоками, наприклад центральним житловим блоком, нічним блоком і кухонним блоком, таким чином, щоб створити динамічну і багатофункціональну систему.

Для створення нового середовища Коломбо застосовував нові виробничі процеси та матеріали до існуючих типів меблів. Коломбо віддавав перевагу сміливим вигнутим формам, уникав гострих кутів і прямих ліній. Серед найбільш відомих розробок Коломбо: серія світильників для компанії O-Luce (наприклад лампа Acrylica 1962), крісла, стільці та табурети з пластмаси, розраховані на серійне виробництво. Замість того, щоб просто модернізувати існуючі типи меблів, Коломбо був сповнений рішучості «перевинайти» їх як нові поняття, які будуть краще підходити для мобільного, мінливого способу життя кінця 1960-х.

На поч. 1963 р. він спроектував Combi-Centre – контейнер, що складався з циліндричних блоків для зберігання книг, алкоголю або інструментів. Наступного року він створив Man-Woman Container, футуристичну версію дорожньої скрині 19 ст., де полиці, шухляди й дзеркала заховані усередині двох об'ємів: один для чоловіка, другий для жінки. Ці експерименти завершилися створенням Boby Trolley, мобільного блоку з висувними полицями і шухлядами, який до сьогодні знаходиться в промисловому виробництві.

Коломбо запропонував новий погляд на те, як треба сидіти. У 1967 р. він оприлюднив «Додаткову систему проживання», що складається з формованих поліуретанових подушок шести різних розмірів, які можна з'єднувати в різних комбінаціях, відповідно до побажань споживачів. Два роки по тому він створив крісло Tube зі сталевих циліндрів, оббитих тканиною по поліуретановій піні і з'єднаних гумовими перехідниками. Елементи цього

крісла можуть бути з'єднані в великій кількості комбінацій. Multi Chair (1971) – крісло-трансформер, що складалося з двох подушок, заповнених поліуретаном, подушки можна використовувати окремо або з'єднувати разом в різних варіантах, щоб отримати стілець, крісло або кушетку.

У другій половині 20 століття популярною стає тема міст майбутнього. Архітектурні групи створюють свої проекти та презентують їх на конкурсах, зокрема, в Парижі «12 футурологічних об'єктів міст майбутнього». Чи не найвідомішою серед них була група молодих британських архітекторів «Аркіграм» (Archigram), заснована на поч. 1960-х рр. Група створила серію проектів «поза архітектурою», в кожному з яких вихідна технічна ідея, зазвичай, пов'язана з реальними технічними експериментами, доведеними до гротеску. Група почала розглядати місто не як систему матеріальних об'єктів, а як сукупність ситуацій, об'єднуючих людей. Парадоксальна винахідливість авторів зробила їх центром суспільної уваги. На артистично виконаних аркушах учасники групи представляли свої ідеї: гігантський броньований монстр – «Крокуюче місто» (The Walking City, 1964 р., Р. Херрон), який, переставляючи телескопічні опори, перебирався через Іст-Рівер і піщані бархани на тлі пірамід; обплутаний павутинням комунікацій Інстант Сіті (Instant City, 1964 р., Д.Кромтон); нагромаджена над існуючим поселенням діагональна клітка інфраструктур Плаг-ін-сіті (Plug-in-City, 1964р., П. Кук).

**Поп-дизайн.** Термін «поп-арт» вперше з'явився у пресі в статті англійського критика Лоуренса Еллоуея. Поп-арт наприкінці 1950 – 60-х рр. приходить на зміну абстрактному експресіонізму, орієнтуючись на нову образність, яка створювалася засобами масової інформації та реклами. Англ. «pop art», скорочено від «popular art» – популярне загальнодоступне мистецтво. Термін також має звуконаслідування англійського «pop» - уривчастий удар, хлопок, тобто має викликати шокуєчий ефект. За мету представники поп-арту проголосили «повернення до реальності», розкриття естетичної цінності зразків масової продукції. Вони буквально відтворюють типові предмети урбанізованого побуту (речі домашнього ужитку, упаковки

товарів, деталі автомобілів), широко користуються мовою засобів інформації (прийоми реклами, преси, телебачення, кіно, документальної фотографії, коміксів).

1964 року на міжнародній виставці у Венеції головну премію отримав американський художник Р. Раушенберг за «предметну компіляцію», створену з поєднання строкатих листівок, шматків плакатів, вирізок з ілюстрованих журналів, фото президента Джорджа Кеннеді. Представники поп-арту запропонували глядачеві мистецтво, яке оперувало банальними предметами, вирваними зі звичайного контексту.

Після другої світової війни у США сформувався соціальний прошарок людей зі споживацькою психологією. Наприклад, споживання товарів Coca Cola або джинсів Levi's стає важливим атрибутом самопрезентації. Людина, споживаючи той чи інший товар, демонструє свою приналежність до певного соціального прошарку. Так формувалася масова культура. Речі ставали символами, стереотипами. Саме з появою поп-арту промислові дизайнери почали звертатися до естетизації речового світу, надання предметам масового споживання художніх якостей. Дизайнери 1960-х не хотіли бачити свою творчість як «продовження індустрії». З'явилися перші теорії, що обирали за головне культурні, психологічні і семантичні аспекти.

Становлення поп-дизайну безпосередньо пов'язане зі станом економіки. Філософ Жан Бодріяр вважав, що в розвинених країнах економіку накопичення рано чи пізно змінює так звана економіка бажань, коли людина, пересичена універсальними цінностями захоче присвяченого тільки собі ексклюзиву. Поп-дизайн був невіддільно пов'язаний з американською мрією виключно споживчого світогляду, що на початку 1960-х рр. опанувала весь західний світ. Ідея виробництва довговічних, якісних товарів змінилася гаслом «Сьогодні використав – завтра викинув». Представники поп-дизайну першими зрозуміли, що дистанція між людиною і продуктом споживання в сучасному житті зменшена до мінімуму – все, що споживається, поруч. Якщо не сам

предмет, то його образ, соціально-емоційний символ, що нагадує про світ, повний товарів.

Увагу дизайнерів приваблював оточуючий їх світ масової культури, у якому естетичні і духовні цінності прирівнювалися до споживацьких, буденних. Телебачення, реклама, комікси, радіо, картинки з журналів, образи масових засобів інформації стали об'єктом зображення і почали прирівнюватися до класичних символів прекрасного. Поп-арт легко схилився до пародійності, іронії. Найбільш популярними матеріалами для поп-дизайнерів стали різні види пластиків. Жану Бодрію надзвичайно симптоматичним видавався той факт, що практично усі природні матеріали набули собі функціонального еквіваленту у вигляді пластичних і поліморфних речовин.

Одним зі знаменитих об'єктів поп-арту стало крісло Гаэтано Пеше UP 5 (1969). Крісло UP 5, знане також як Donna і Mamma, - це гумове надувне крісло, що повторює стилізовані форми богині родючості. М'яч, що водночас служив пуфом і підставкою для ніг, прикріплювався до крісла шнуром і відлітав при ударі на невелику відстань. Гаэтано Пеше говорив: «Це дизайн, в якому я виразив свій погляд на жінку: мимоволі вона є полонянкою самою себе. Мені сподобалася ідея надати кріслу форми жіночого тіла з м'ячем біля ніг... Це традиційний образ полоненого». Працюючи над створенням серії UP, Пеше сприяв вивченню функціональних якостей поліуретану. Виготовлені без будь-якої жорсткої конструкції, крісла UP пакувалися під тиском і надходили до споживача в стиснутому виді, але при розпаковуванні починали набувати форми і об'єму. Британський дизайнер Ален Джонс створив у натуральну величину напівоголених красунь, які одночасно були предметами меблів. Тим самим він поставив питання про межу між мистецтвом і функціональним дизайном. Класичним зразком поп-арту є крісло-мішок «Sacco» італійських дизайнерів П'єро Гатті, Чезаре Паоліні, Франко Теодоро (1968). Шкіряна оболонка не туго наповнена пластмасовими гранулами. Наповнювач легко

набирає форму, зручну для сидячого, і так само послужливо міняє її для наступного користувача.

**Антидизайн (Радикальний дизайн).** Історію появи і розвитку «антидизайну» зазвичай пов'язують з італійським дизайном. Тут наприкінці 1960-х рр. нове покоління архітекторів і дизайнерів не бажало проектувати елегантні вироби в дусі «бель дизайну». Рух «антидизайну» критично ставився до розвитку сучасних технологій і споживацької психології, тому його представники стверджували теорію «втечі» і через провокаційні акції прагнули показати абсурдність раціоналізму. Радикально налаштована молодь шукала нові альтернативні форми. Врешті вона вважала за краще робити «дизайн без предметів», відмовившись від канонічних методів проектування.

«Радикальний дизайн» виник в межах течії «Радикальна архітектура». Протест проти існуючого дизайну виражався в малюнках, фотомонтажах, кресленнях утопічних проєктів. Одним з основоположників «радикального дизайну» вважається Етторе Соттсасс. Його об'єкти і теоретичні погляди до 1980-х рр. залишалися дороговказами для італійського «радикального дизайну». Радикальний дизайн волів до проектування нових продуктів, розробки альтернативного середовища проживання, нового життєвого простору. Незабаром рух став домінантним у світі дизайну, в ньому брали участь такі дизайнери, як Гаetano Пеше, Алессандро Мендіні, Андреа Бранці та ін.

Основу руху «радикальний дизайн» складали італійські групи: Archizoom (1966), Superstudio (1966), UFO (1967), «Група 9999» (1967), Strum (1963), школа-лабораторія "Global Tools" (1973).

Група Archizoom була заснована у Флоренції в 1966 р. чотирма архітекторами: Андреа Бранци, Массімо Мороццо, Паоло Доганелло, Гілберто Корретті і двома дизайнерами Даріо і Лючіано Бартоліні. Archizoom виступали проти елегантного дизайну, стали відомими після виставок радикальної архітектури «Superarchitettura», організованих спільно з групою Superstudio. У 1973 р. спільно з іншими представниками радикального руху вони заснували

Global Tools, метою якої був розвиток і дослідження непромислових способів виробництва, просування індивідуальної творчості.

Члени Archizoom почали дослідження в області архітектури і міського планування, які лягли в основу проекту No-stop city (1970-72). No-Stop City – це іронічна критика ідеології архітектурного модернізму, доведена до абсурду. Будівлі цього міста являють собою величезні, схожі на гіпермаркети, приміщення. В їх нескінченних, освітлених штучним світлом і забезпечених системою кондиціонування інтер'єрах розташовані туристичні намети, встановлені серед величезних кам'яних брил. По суті це не житло, а місце проживання міських безхатьків в їх звичному оточенні. Поняття міста тут розтягнуто до нескінченності. Це середовище, де зникають межі між містом і ландшафтом. Водночас представники Archizoom працювали в царині експериментального дизайну. Всі їх роботи мали питомий зв'язок з поп-культурою і являли собою антитезу претензійному «гарному дизайну». Серед них дивани Superonda, створені для компанії Poltronova; стілець «Mies» - пародія на стілець Mies Van der Rohe (1969); перебільшено позбавлені смаку ліжка «Dream», про які представники групи писали: «Ми хочемо принести в будинок все, що раніше залишалося зовні: навмисну банальність, свідому вульгарність, урбаністичні елементи і розпусту». У 1973 році члени групи зайнялися розробкою проектів дизайну одягу. У 1974 році група припинила існування, кожен з її членів продовжив самостійну кар'єру. Їх теоретичні дослідження в галузі міського будівництва, навколишнього середовища і медіа культури відіграли величезну роль у формуванні та розвитку течій, що виникли в межах радикального дизайну.

Група Superstudio була заснована в 1966 р. у Флоренції Адольфом Наталіне і Крістіано Торальдо ді Франція для проведення теоретичних досліджень проблем містобудування та системного дизайну. Superstudio була центром авангардного руху в галузі архітектури і дизайну. У 1972 р. Superstudio брала участь у виставці «Італія: нові домашні ландшафти» в Музеї Сучасного мистецтва в Нью-Йорку, де презентувала свою концепцію в ескізах,

колажах, фотомонтажах. Superstudio ставила під сумнів доцільність раціоналізму і пропонувала замінити традиційне місто новою суперструктурою, де архітектура має стати або не функціональною і саморуйнуватися, або символічною. Утопічний дизайн Superstudio пропонував нові житлові структури. Наприклад, у проекті Monumento Continuo було запропоновано модульні міста і ландшафти, які можна було розширювати нескінченно. Цей проект був призначений для конструювання нового середовища існування, де кожен мав би власний нейтральний простір, вільний від тиску споживацької ідеології.

У проектах «Monumento Continuo» (1971), «Dodici Citta Ideali» (12 ідеальних міст, 1971), «Cinque storie del Superstudio: vita, educazione, cerimonia, amore, morte» (П'ять історій Superstudio: життя, освіта, церемонія, любов, смерть, 1973) утопія, песимізм і іронія об'єднуються з філософським і теоретичним переосмисленням принципів архітектури. На початку 1970-х рр. Superstudio пропонує серію столів Quaderna з білого ламінату з квадратами, нанесеними способом шовкографії. Деякі столи з цієї серії випускаються до сьогодні і користуються попитом.

Радикальна дизайнерська група Strum була заснована в 1963 р. в Турині. Одна з найвідоміших робіт групи – екзотичні меблі для сидіння та лежання з поліуретану «Pratone» (великий луг, 1966-70). У 1960-70-х рр. група виявляла виняткову активність у просуванні радикального дизайну в Італії, виступаючи на публічних заходах, а також публікуючи нариси з теорії дизайну.

У 1973 р. члени різних груп радикального дизайну об'єдналися навколо журналу «Casabella», директором якого був Аллесандро Мендіні. Все це врешті призвело до організації у Флоренції в 1974 р. «Global Tools» - школи радикального дизайну та архітектури. Її метою був розвиток дослідження непромислових способів виробництва, просування індивідуальної творчості. Global Tools відкрила кілька майстерень, розвиваючи тенденцію в дизайні «зроби сам». В Global Tools намагалися на основі творчості об'єднати звичайних людей і професійних дизайнерів у єдиному дизайн-процесі.

Протягом свого існування Global Tools була центральним форумом радикального дизайну, так що її розпуск у 1975 р. став кінцем першої фази цього руху в Італії.

До середини 1970-х рр. радикальний дизайн пережив пік свого розквіту, надії на соціальні зміни через дизайн і архітектуру не виправдалися. Але це проклало шлях для появи нових лідерів поп-дизайну, груп «Алхімія» і «Мемфіс», ефективно і всебічно оновило італійський дизайн. Піддаючи сумніву усталені канони, лідери радикального дизайну заклали теоретичні основи постмодернізму, який зародився наприкінці 1970-х рр.

Студія «Алхімія» була заснована в 1976 р. в Мілані Алессандро Гуррієро. Спочатку це була галерея тільки для демонстрації експериментальних дизайнерських робіт, не призначених для масового виробництва. Сама назва «Алхімія» була обрана як насмішка над науковими фундаментальними уявленнями про стиль модернізм. Пізніше вона перетворилася у впливову студію дизайну, з якою співпрацювали провідні італійські дизайнери того часу: Етторе Соттсасс, Алессандро Мендіні, Андреа Бранци, Паола Навоне, Мікеле де Луккі.

Алессандро Мендіні приєднався до студії у 1979 р. і незабаром став її лідером. Поняття «ре-дизайн», «банальний дизайн» пов'язані з його діяльністю. Мендіні піддавав іронічним трансформаціям об'єкти, що вже стали класикою дизайну. Його крісла Superleggera Джио Понті і «Василь» Марселя Бресера, ре-дизайн стільця Тонета принесли веселий настрій в зверхність «гарного дизайну» і «витонченого смаку». Мендіні також належить ідея банального дизайну, що передає відчуття інтелектуальної і культурної порожнечі, властиве індустріальному суспільству. Банальність об'єкту підкреслювалася використанням строкатих кольорів або орнаментів, як, наприклад, у його відомому кріслі «Пруст» (1978). Серія Мендіні «Нескінченні меблі» (Mobile Infinito, 1981) давала широкі можливості комбінаторики, дозволяючи споживачеві самому складати різні комбінації і брати участь, таким чином в творчому процесі.



Співпраця Етторе Соттсасса зі студією «Алхімія» тривала протягом 1978-1980 рр. У 1976 р. разом з учасниками студії «Алхімія» він експонує колекцію меблів «нового дизайну» для Міланської меблевої виставки. У цей період творчості Соттсасс широко застосовує в своїх роботах нові матеріали, такі як ламінат і пластмаси. Він використовує широкі можливості нових матеріалів, створюючи і абсолютно абстрактні малюнки для меблів та інтер'єрів.

Після виходу Етторе Соттсасса з групи «Алхімія» він у 1981 р. спільно з дизайнерами Мікеле де Луккі і Андреа Бранци створює нове дизайнерське співтовариство – групу «Мемфіс». Роботи членів «Мемфіс» орієнтувалися на масового споживача і на широке виробництво, на відміну від одиничних колекцій групи «Алхімія». Цілий ряд дизайнерів входять до складу об'єднання «Алхімія», а ті що дотримуються більш оптимістичних поглядів на дизайн увійшли до складу новоутворення. Роботи дизайнерів групи «Мемфіс» стали уособленням несерйозного, алогічного дизайну, де одну з ключових ролей відігравав колір. Вони не визнавали ніяких правил, їхні роботи були абсолютним самовираженням, не обмеженим ніякими рамками.

Усвідомивши недовговічність і швидку зміну моди в кінці тисячоліття, а також швидке старіння речей, дизайнери групи «Мемфіс» орієнтувалися на пересічного покупця, створюючи речі для сьогодення, що не належали до певного стилю. Етторе Соттсасс так коментував позицію групи: «Якщо ми, як стверджують, дійсно живемо в суспільстві, яке програмує і планує стрімке старіння предметного середовища, довговічним буде виключно той дизайн, який діє у відповідності з цими законами старіння, який до них адаптується, будь то шляхом інтенсифікації, провокації прискорення, будь то шляхом повної і абсолютної згоди. І, відповідно, недовговічним в такому суспільстві буде саме той дизайн, який орієнтується на метафізичне, абсолютне і вічне. Втім, я не розумію, чому довговічний дизайн краще швидкоплинного».

У період існування групи «Мемфіс» були створені колекції унікальних предметів, образи яких були розтиражовані на обкладинках і сторінках спеціалізованих журналів. Дебют групи відбувся на меблевій виставці 1981 р.

в Мілані: це були незвичайної форми меблі яскравих кольорів з зухвалими геометричними малюнками з ламінованого пластику. Твори різко контрастували з принципами «гарної форми», що переважали в дизайні модернізму. Група Мемфіс стала міжнародною, на різних етапах до неї входили такі архітектори і дизайнери, як Ханс Холляйн, Широ Курамата, Пітер Шир, Джав'єр Марріскал, Масанорі Умеда, Майкл Грейвс.

Група створила кілька колекцій предметів, які були випущені мікросеріями, в межах десяти екземплярів. Проте образи з цих колекцій були розтиражовані у безлічі рекламних та журнальних публікацій. По суті, була проведена потужна рекламна акція по впровадженню нового проектного методу. З виставкового феномена ідея «Мемфіс» миттєво перетворилася в реальний фактор формування середовища. Група щорічно проводила виставки своїх колекцій. Новий напрямок було заявлено його творцями як «новий міжнародний стиль». Дійсно, дуже скоро стиль «Мемфіс» став найвпливовішим в світовому дизайні.

У цьому стилі складно вирізнити формотворчі риси, адже він орієнтований виключно на вираз самотності дизайнера. Спільне, що об'єднує всіх учасників – це гострота жесту, смілива гра матеріалами, фактурами і формами, віртуозне поєднання стилів. Об'єкти групи радують око, це світ яскравого, чистого кольору. Зіставлення барв гостре, на межі кітчу, але в цьому і є віртуозність балансування на межі смаку й несмаку. Серед характерних прийомів: парадоксальна суміш форм, текстур і фактур, матеріалів, несподівані акценти, відсутність навмисного ускладнення форми. Яскравими зразками є крісло Oberoi (1981) Джорджа Соудена з червоною оббивкою і яскраво-жовтими ніжками; робочий кабінет Beverly (1981) Етторе Соттсасса з жовтими ламінованим дверцятами «під зміїну шкіру», полицями «під черепаху» і червоною лампою або його ж пластикова шафа Casablanca з полицями химерної форми, прикрашеними візерунком під зміїну шкіру на червоному і жовтому фоні. Група припинила своє існування в 1989 р.

**Постмодернізм** бере свій початок в поп-культурі і радикальних течіях дизайну. Саме поняття «постмодерн» в архітектурній теорії начало вживатися з початку 1970-х рр. Зокрема, у 1967 р. в США вийшла книга Роберта Вентурі «Складності та протиріччя в архітектурі». У цій книзі Вентурі сформулював тези антифункціоналізму, її стали називати «біблією постмодернізму». Втім, у ширшому сенсі це поняття почало застосовуватися після видання книги Чарльза Дженкса «Мова архітектури постмодерну» ( 1980).

У художньому формоутворенні постмодернізм звернувся на протигагу монохромним, раціональним формам «сучасного руху», до декоративності і барвистості, кітчу і яскравості, індивідуальності та образної семантики елементів, іронічності й цитування історичних стилів. Послідовниками постмодерну використовувалися цитати з класицизму, ар-деко, конструктивізму, сюрреалізму, кітчу, комп'ютерної графіки тощо. Тенденції «ретро» і використання історичних цитат Дженкс пояснює глибоким розчаруванням в архітектурі «сучасного руху», що назріло в суспільній свідомості у 1970-х рр. Внаслідок цього виникла тенденція «ностальгії за минулим», що бачилося як антипод сучасності.

У 1970-80-х рр. уявлення про постмодернізм були далеко не однозначні. Точилися дебати про те, чи постмодернізм є новим етапом «сучасного руху», чи це самостійний стильовий напрям в дизайні. В Італії яскравими представниками постмодерну були міланські групи «Алхімія» і «Мемфіс». У їхніх роботах простежуються історичні ретроспекції, лінія поп-культури, еkleктичні мотиви. При цьому представники «Мемфіс» поняттю «постмодернізм» віддавали перевагу назві «Новий інтернаціональний стиль».

Інтернаціональний характер постмодернізму в архітектурі і дизайні проявився на практиці. У Фінляндії яскравий представник «сучасного руху» Юро Кукапуро в 1980-х рр. залишив суворий стиль «хрому і сталі», віддавши перевагу барвистим експресивним формам меблів. Усвідомлено відійшли від постулатів «сучасного руху» іспанець Жав'є Маріскал, англієць Даніель Вейль. Японія, батьківщина побутової радіоапаратури, енергійно увійшла в

русло споживчого дизайну, розпочавши виробництво широкої палітри товарів, відповідно ідеалам поп-культури. Яскравими представниками постмодерну були Роберт Вентурі, Хельмут Джан, Рікардо Бофілл, Чарльз Мур, Роб Кріер, Майкл Грейвс, Альдо Россі, Ханс Холляйн.

**Новий дизайн.** «Мемфіс» відкрив шлях антифункціональним напрямками в європейському дизайні, які отримали назву «новий дизайн». Представники даного руху прагнули до незалежності від жорсткого диктату індустрії та раціональності функціоналізму, відображали в предметному формоутворенні ментальність великого міста, віяння моди, вплив субкультур і буденності. Разом з тим, у Німеччині, Іспанії, Франції, Великобританії новий дизайн мав свої відмінні риси.

**Новий дизайн в Німеччині.** Попри поширення в Європі в 1960-70-ті рр. поп-дизайну і радикального дизайну, в Німеччині в промисловості та вищих навчальних закладах продовжували дотримуватися функціональних догм «гарної форми». Проте, вже в 1970-ті рр. молоді дизайнери почали експериментувати в галузі предметного і меблевого дизайну. Незадоволені існуючим становищем в промисловому дизайні та освіті, умовами роботи в дизайн бюро, вони створювали окремі екземпляри ремісничим способом. Естетика цих творів була естетикою графічних колажів та індустріальних уламків. Створювалися незвичайні комбінації матеріалів: необроблений метал, полірована сталь, камінь, бетон з деревом, гумою, плюшем або склом. Напівфабрикати з будівельного ринку використовувалися як меблі. Об'єкти мали шокувати, змушувати замислитися про традиційне розуміння дизайну. У 1982 р. в Гамбурзькому музеї мистецтв і ремесл пройшла виставка під іронічною назвою «Меблі для тебе прекрасне житло», яка вперше наочно представила нові тенденції. У ній брало участь 39 дизайнерів і дизайн-груп з п'яти європейських країн. Течія нового дизайну в стильовому вимірі була вельми строкатою. Вона об'єднувала проекти в діапазоні від іронічних інтерпретацій необароко і популярного кітчу до мінімалістичних і концептуальних проектів. Мова вулиць і буденності знайшла відображення в

роботах німецьких майстрів нового дизайну. В Німеччині працювали такі групи дизайнерів: «Mobel perdu», «Pentagon», «Coctail», «Kunstflug», «Bellafast», «Berllnetta».

Засадничі принципи «нового німецького дизайну» були сформульовані членом президії Ради дизайнерів О. Зудровом.

1. Вторинне використання промислових виробів масового виробництва. Приклад – крісло «Відпочинок споживача», створене дизайнером під псевдонімом Стілетто. Це пересувний кошик для покупок з магазинів самообслуговування. Шляхом зміни форми в передній частині він був перероблений на своєрідне крісло.

2. Використання неординарних матеріалів. Демонстративно застосовувалися матеріали, до яких не ставилися будь-які естетичні вимоги. Так, використання іржі в меблевому дизайні було протестом проти високої вартості і штучності вилощених поверхонь промислових виробів.

3. Використання дорогих, вишуканих матеріалів в химерних комбінаціях. Зокрема, крісло «Вілла Р.» Х. Шеєля було виконано з лакованої деревини та оббите золотою тканиною «ламі», що використовувалася для вечірніх туалетів.

4. Вторинне використання утиль-сировини. Цей напрямок ще називали «сміттєвим дизайном». Полиця «Травень-68» М. Роггенрайтера являла собою конструкцію з ящиків з-під фруктів, дійсно, підібраних на смітнику.

5. Цей принцип зумовлений проблемами екології, загрозою знищення лісів. «Стілець з палиць» групи дизайнерів з Кобурга демонстрував дбайливе ставлення до використання дерева.

6. Унаочнення виробничого процесу. Дизайнер В. Покорни, бажаючи показати процес перетворення природного матеріалу людською працею, створив композицію «Стіл і табурет», де ніжки предметів знизу являють собою необроблені дерев'яні кореневища, догори ж вони переходять в поліровану поверхню меблів.

7. Частини предмету формально не відповідають один одному. Ідея полягала в тому, щоб виконати частини одного предмету незалежно один від одного, ізолювати їх як елементи цілого і при цьому спростити геометрично. Так, спинка, сидіння, опори для ніг крісла «Гертруда Стайн» В. Флатца мали кожен власну форму і, крім того, контрастно виділені кольором.

8. Заощадження коштів. Вироби мали бути простими, спартанськими, навіть грубими й примітивними. «Катапультоване сидіння» Г. Вальденбурга було зроблено з сталевого листа, подушка ж виконана з упаковочного пінопласту.

9. Створення об'єктів-символів. Це були спроби поєднати духовну цінність символіки з утилітарною цінністю побутової речі. Тим самим свідомо ігнорувалася звичайна межа між об'єктом мистецтва і об'єктом споживчим. В світильнику «Селезень» С. Бумма спробував стилізовано втілити образ птаха. Замість очей – лампи розжарювання, скульптурність форми домінувала над функціональним призначенням світильника. Об'єкт мав демонструвати, що форма предмета не обов'язково мала визначатися його функцією. «Якби між формою і призначенням існував логічний зв'язок, - стверджували німецькі дизайнери, - ми були б зайвими».

**Новий дизайн в Англії.** Постмодернізм в дизайні Великобританії характеризується відмовою від проектування предметів масового виробництва на користь випуску обмежених серій товарів і створення унікальних виробів. Для дизайнерів головним завданням стає «придумати ідею». Не скуті рамками виробничого процесу, вони отримують додаткові можливості як для самореалізації, так і для задоволення індивідуальних бажань замовника. Свідомо дистанціюючись від точного стандартизованого виробництва, дизайнери створюють так звані rough-and-ready (речі зроблені нашвидкуруч, недбало, але так, що ними можна користуватися за призначенням).

В оформленні інтер'єрів акцент робиться на носіях інформації (стереосистеми, комп'ютери) як основних цінностях і головних засобах поширення культури постіндустріалізму. У дизайні апартаментів

використовуються новітні високотехнологічні матеріали з грубими, необробленими поверхнями, чітко простежуються індустриальні мотиви. Меблі цього напрямку не завжди могли бути використані за прямим призначенням. Яскравими прикладами чого слугують крісло із загартованої сталі Рона Арада і крісло-пілон із залізного дроту з алюмінієвим покриттям Тома Діксона. Характерними об'єктами, виконаними в цьому стилі, є система зберігання з полістиролу, що суміщає функції серванту, книжкової полиці і письмового столу Ронана та Ерван Буруллеків, бокс для зберігання пластинок і динаміки з бетону (Solid Soul), шафа з висувними шухлядами з криці і покриттям з епоксидної смоли (Egg Designs).

**Новий дизайн у Франції.** Відмінною рисою нового французького дизайну від німецького і британського є його елегантність. Новий французький дизайн передусім проявився в авангардній моді. Жан Поль Готьє звернувся до «вульгарних» матеріалів з порнографічної індустрії таких, як гума, лак, шкіра, спровокував розкутість і вседозволеність. Він знехтував не лише естетичними, але й моральними табу. У його ексцентричні творіння одягалися такі поп-зірки, як Ніна Хаген і Мадонна. У дизайні меблів і предметному дизайні новою зіркою став Філіп Старк. Старк – один з небагатьох французьких дизайнерів, що досягли світової популярності. Старк, на відміну від представників нового дизайну, не цікавився жестами протесту і провокаційними жестами. Старк проектував предмети для масового серійного виробництва, що добре продавалися і були відносно недорогі. Він сміливо запозичав елементи історичних стилів дизайну, його проекти відрізнялися незвичайними комбінаціями матеріалів: пластмаса та алюміній, плюш з хромом, криця зі склом. Спектр його робіт простягається від сенсаційних інтер'єрів до таких побутових предметів, як пляшки для мінеральної води та зубні щітки.

