

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ ДИЗАЙНА

УДК 7.011.28+747.012

О. А. Ващук

КИТЧ И МЕТАНАРРАТИВЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Проблема китча в сфере художественно-проектной культуры — сегодня одна из наиболее актуальных. Однако сложность и многоаспектность этого понятия, отсутствие его четких дефиниций могут вызвать определенные затруднения при определении места и роли китча в структуре современной визуальной культуры. Поэтому разговор о столь неоднозначном явлении и его границах в дизайне следует начать с вопроса о происхождении термина «китч».

Китч в историческом аспекте. Принято считать, что термин «китч» возник в 1870–1890-е годы в обиходе мюнхенских торговцев предметами искусства, когда в среде буржуазии стали особенно востребованы низкопробные псевдобарочные картины, гравюры и статуэтки, подражавшие высоким аристократическим образцам. Быстро разбогатевшие в период так называемого грюндерства (*Gründerjahre*) промышленники и разного рода дельцы стремились приобщиться к престижному образу жизни и эстетическим ценностям аристократии, закрепляя за собой статус потребителей предметов роскоши и «высокого искусства».

В этом смысле китч можно понимать как своего рода социальный маркер, универсальное средство аккумуляции, выражающее, согласно Жану Бодрийяру, «устремление, социальное классовое ожидание, магическое присоединение к культуре, формам, нравам и знакам высшего класса» [1, с. 146]. При этом очевидна устойчивая закономерность: как только китчевая культура осваивает знаки аристократического меньшинства, она тут же вынуждена устремляться к следующей цели, поскольку элита, дистанцируясь от прочих классов, продуцирует все новые отличительные знаки, восстанавливающие ее иерархическое положение. Отсюда проистекают априорная «вторичность» китча по отношению к высокой культуре, его вечная подражательность редкому, драгоценному, уникальному.

Ващук Оксана Андреевна, канд. иск., доц., Санкт-Петербургский государственный университет;
e-mail: oxana.vashchuk@gmail.com

В последние десятилетия XIX в. широкое распространение получила торговля всевозможными безделушками и сувенирами, рассчитанными на массовый спрос туристов, посетителей ярмарок и рождественских рынков. Недорогая изопродукция, отвечавшая невзыскательному художественному вкусу обывателей, отличалась преувеличенной сентиментальностью, порой даже экзальтацией образов и особой вычурностью. Для нее были характерны чрезмерная внешняя эффектность, тривиальность содержания, шаблонность иконографии, избыточность в деталях. Представляя формальные качества подлинных произведений искусства в «усиленном», «концентрированном» виде, китч повышал свои ценностные характеристики в глазах необразованной публики.

Однако, как это часто бывает, само явление возникло намного раньше, чем связанный с ним термин. По сути дела, элементы китча существовали в искусстве всегда. Особенно явно его черты проявились в период господства «исторических» неостилей — второго и третьего рококо, неоготики, необарокко, неорусского стиля и т. п. Китчевость отличала произведения позднеимпрессионистского искусства, некоторые работы маньеристов, символистов, романтиков и сентименталистов. Элементами китча насыщены произведения эпохи бидермайера и стиля ар нуво. Но наиболее значительными проявлениями китча стали в искусстве XX в.

Авангард и китч. Следующий исторический этап привнес новые акценты в осмысление категории китча. Вновь основным местом событий оказывается Мюнхен. Здесь в 1937 г. прошли две знаковые выставки — «Выставка великого германского искусства» и «Выставка дегенеративного искусства». На первой экспонировались произведения, признанные «здоровыми» и «правильными», т. е. арийскими по духу и народными по форме. Среди них можно было увидеть атлетичных героев официальных скульпторов Третьего рейха Арно Брекера, Йозефа Торака и Георга Кольбе, идеализированных обнаженных кисти Адольфа Циглера и Иво Залигера. В этих работах реальная действительность облекалась в величественные формы мифологической героики, а имидж национал-социалистского государства осеялся непререкаемым авторитетом классики.

Однако гораздо большей популярностью у публики пользовалась вторая выставка, где были собраны произведения мастеров «вырожденческого искусства», «буржуазного декаданса». К ним были причислены такие величайшие новаторы, как Пауль Клее, Макс Бекман, Оскар Кокошка, Людвиг Кирхнер, Макс Эрнст, Отто Дикс, Эмиль Нольде, Эгон Шиле, Марк Шагал и др. Особое место на экспозиции занимали работы Пикассо, Гогена, Сезанна и Ван Гога. В выступлении на открытии выставки Гитлер сформулировал нацистскую стратегию в отношении изобразительного искусства. Он объявил, что произведения, которые невозможно понять и которые требуют ряда пояснений, чтобы доказать свое право на существование и найти свой путь к «неврастеникам», воспринимающим такую «глупую и наглую чушь», отныне не будут находиться в открытом доступе. Национал-социализм, по словам Гитлера, был преисполнен решимости очистить германский рейх и немецкий народ от всех влияний, угрожающих их духу и существованию. Выставкой «дегенеративного искусства» нацисты планировали положить конец «безумию» в искусстве и «разращению» таким искусством германского народа.

Именно в это время китч впервые начал осмысляться как серьезная художественная проблема, представляющая собой мировоззренческую оппозицию авангарду. Стало понятно, что в условиях тоталитаризма эрзац-культура с ее любовью к внешней красоте вытесняет художественный авангард, проникнутый ощущением дисгармонии и трагиз-

ма жизни, в своеобразное интеллектуальное гетто. Болезненный разлад художественной формы, напряженный поиск бытийных истин у авангардистов вступал в очевидное противоречие с полнокровными жизнеутверждающими образами неоклассиков.

Впервые во всей полноте дихотомия «авангард и китч» была рассмотрена в одноименной статье американского арт-критика Климента Гринберга в 1939 г. Автор анализирует категорию китча на примере творчества Ильи Репина. Авангард же для него символизирует Пабло Пикассо. Истоки творчества у обоих мастеров, по Гринбергу, общие: это реакция на буржуазную культуру и, шире, на капитализм. Однако реакция эта в каждом случае разная: богемная интеллигенция презрела буржуазный рынок культуры, отвергнув фигуративное искусство как наиболее одиозное его порождение, примирившее человека с пошлой действительностью, в то время как широкие народные массы, привлеченные в город из села и оторванные от фольклорной почвы, с энтузиазмом обратили свои взоры на красивый ширпотреб, подражающий академическому искусству богатой элиты.

В конечном счете, полагает Гринберг, искушенный в искусстве зритель обнаруживает в произведениях Пикассо те же самые ценности, которые крестьянин находит в картинах Репина. При этом у Пикассо эти ценности не явлены непосредственно, но могут быть постигнуты чувствительным к особенностям художественной формы зрителем опосредованно благодаря особому «рефлексивному» эффекту. В отличие от авангардистской живописи с ее критикой нормативности, картины Репина не предполагают зрительской рефлексии, максимально облегчая интеллектуальное восприятие малообразованными массами. «Репин переваривает искусство за зрителя и избавляет его от усилия, обеспечивает ему короткий путь к удовольствию, избегая того, что по необходимости трудно в подлинном искусстве» [2].

Касаясь политической роли китча в авторитарных обществах, К. Гринберг подчеркивает его способность укреплять иллюзию реальной власти масс. Поэтому литература и искусство, которые понятны и нравятся массам, при тоталитарных режимах объявляются единственно подлинными и нравственно здоровыми, а все прочее подвергается остракизму. «Китч поддерживает более тесный контакт диктатора с „душой“ народа. Если бы официальная культура превосходила общий массовый уровень, возникла бы опасность изоляции режима» [2]. И если в демократических обществах авангард и китч могут сосуществовать, то в тоталитарных, как правило, побеждает культура большинства, предпочитающего «понятного и красивого» Репина «непонятному и некрасивому» Пикассо.

Китч и постутопическое искусство. После Второй мировой войны искусство, опосредованно служившее идеологии нацизма, стало восприниматься как глубоко аморальное. Была надолго дискредитирована сама идея «реалистического», «жизнеподобного» искусства. Авангардистская рефлексия вывела на мировую сцену новые течения, культивировавшие духовное, умозрительное начало в искусстве, — абстрактный экспрессионизм и постживописную абстракцию. Великими мифотворцами пятидесятых стали Джексон Поллок, Аршил Горки, Марк Ротко, Адольф Готлиб, Эд Рейнхард, Барнетт Ньюман, в скульптуре — Дэвид Смит.

Однако новая экспансия фигуративного искусства не заставила себя долго ждать: уже во второй половине 1950-х годов возникает поп-арт. Его мастера — Ричард Гамильтон, Клэс Ольденбург, Рой Лихтенштейн, Том Вессельман, Энди Уорхол — сделали репрезентацию индустриально производимых вещей, культуру и энергию матери-

ального потребления основным сюжетом своих произведений. Гипертрофированные городские скульптуры Ольденбурга стали констатацией триумфа Вещи не только как универсальной социокультурной метафоры современности, но и как средоточия личных переживаний современного человека. Гигантские стальные и «мягкие» скульптуры мастера, располагавшиеся без постаментов прямо на полу музеев и галерей, эксплуатировали типичный для китча прием — воспроизводить вещи, интенсифицируя их внешний облик или просто делая их много большими или меньшими, чем оригинал.

На холстах Лихтенштейна, имитирующих крупный растр дешевой полиграфической продукции — журналов комиксов, «театральные» эмоции персонажей превращаются в гримасы современной культуры. Мир масс-маркета, полуфабрикатов, комиксов, шоу-бизнеса, телевидения, наружной рекламы и других проявлений «экономики изобилия», вторгавшихся в мир искусства, инициировал превращение всего в рэди-мэйд, вследствие чего исчезали различия между эстетической и потребительской ценностями. «Изделия» поп-арта демонстрируют нам своего рода «поглощение реальности», явственно артикулируя таким образом проблему «оригинала» и «копии». Аннулируя такие понятия, как «гениальность» и «аура», они фактически нивелируют традиционную для искусства оппозицию «высокое (элитарное)/массовое (профанное)». Духовное, интеллектуальное потребление в структуре интонаций поп-арта фактически подменяется предметным.

Мир как супермаркет, чье усредняющее воздействие на потребителей осуществляется за счет приобщения к всеобщим достижениям современной цивилизации, — так фигурально можно сформулировать основную интенцию поп-арта [3, с. 113]. Впрочем, не следует трактовать поп-арт как полностью тавтологическое искусство. По справедливому замечанию А. Рыкова, радикальный разрыв между смысловым и изобразительным содержанием поп-арта делает его скорее достоянием художественной элиты [4, с. 192]. Правда, в этом случае культура меньшинства оказалась притягательной и для широких (невежественных) масс, наивно принимавших обманчивую «доступность» образов поп-арта за чистую монету.

Незадолго до К. Гринберга последствия возрастающего значения масс в современной жизни осмыслял Вальтер Беньямин. Он писал: «Страстное стремление „приблизить“ к себе вещи как в пространственном, так и в человеческом отношении так же характерно для современных масс, как и тенденция преодоления уникальности любой данности через принятие ее репродукции» [5, с. 24–25]. Преобладающий в современной культуриндустрии вкус к однотипному, по мнению критика, «с помощью репродукции выжимает эту однотипность даже из уникальных явлений» [5, с. 25]. Тенденция, о которой говорит Беньямин, приобрела в искусстве поп-арта поистине впечатляющий масштаб¹.

Недаром Уорхол называл свою мастерскую «Фабрикой» и мечтал создать настоящую фабрику по производству искусства. Отсюда и принцип серийности в его творчестве, отсылающий нас к идее конвейерного производства, прием инсталлирования работ, уподобленных товарам на полках супермаркета (например, «Банки супа Кэмпбелл», 1962), а также девальвация идеи авторства, оригинальности, подчеркнутая имперсональность его произведений. Власть вещей, симулякры которых создают

¹ Еще радикальнее она выражена в произведениях американских гиперреалистов (фотореалистов) второй половины 1960-х — 1970-х годов. В работах Одри Флак, Альфреда Лесли, Роберта Коттингэма, Ральфа Гоингса, Филиппа Перлштейна и других мастеров, по сути, дается отрицательный социологический комментарий к американской жизни, предлагающий взгляду хлам пластмассово-неонового китча и репрезентирующий человека, по выражению Е. Андреевой, как вещь среди вещей или как фактуру среди фактур.

поп-артисты (достаточно вспомнить раскрашенные деревянные кубы, имитирующие коробки из-под кетчупа «Хайнц» или стирального порошка «Брилло» Уорхола (1964), скульптуру Дуэйна Хансона «Покупательница в супермаркете» (1969) и открытый в 1961 г. в Нью-Йорке «Магазин» Ольденбурга, где продавались гипсовые муляжи продуктов питания и бытовых товаров), их агрессивная «подлинность» одновременно завораживают и пугают. Однако эскалация Вещи как таковой позволяет зрителю-интеллектуалу осуществить эмансипацию знака, сублимировать метазначения, позволяющие оперировать ими уже на ином уровне — на уровне обобщений.

Дефицит эмоциональной жизни, на который указывали Уорхол, Лихтенштейн и другие, привел к подмене подлинных эмоций фальшивыми, стереотипными псевдо-эмоциями, словно заимствованными из мира комиксов и рекламы гримасами «восторга», «счастья» или, напротив, «ужаса», одобренного значительным количеством слез «отчаяния». В книге «Философия Энди Уорхола (от А к Б и наоборот)» художник писал: «В 60-е годы люди, по-моему, забыли, что такое эмоции. И не думаю, что они о них вспомнили. По-моему, как только начинаешь смотреть на эмоции с определенной точки зрения, ты уже никогда не сможешь относиться к ним как к реально существующим. Приблизительно это случилось со мной» [6, с. 47]. Уорхол ярко описывает происхождение этой эмоциональной анестезии на собственном примере: «В конце 50-х у меня начался роман с телевизором, который длится по сегодняшний день, хотя я и изменяю ему в спальне бывает что с четырьмя телевизорами сразу. Но не женился я до 1964 года, до тех пор пока не приобрел мой первый магнитофон. Мою жену. Мой магнитофон и я женаты уже десять лет. Когда я говорю „мы“, я имею в виду магнитофон и себя <...>

Приобретение магнитофона действительно положило конец любой эмоциональной жизни, которая у меня могла бы быть, но мне было приятно видеть, что она окончена. С тех пор ничто уж не становилось проблемой, потому что проблема означала всего лишь наличие хорошей кассеты, а когда проблема превращается в хорошую кассету, она перестает быть проблемой» [6, с. 46–47].

Трудно не согласиться с тем, что произведения поп-артистов «клеят американское общество шестидесятых годов с той же трезвостью и ясностью сознания, что портреты Гойи, реалистически показывающие окружение испанского короля» [7, с. 101].

Китч и гламур. Одной из ключевых работ 1960-х годов, имеющих отношение к осмыслению проблемы китча, была статья американского теоретика искусства Сьюзен Зонтаг «Заметки о кэмп» (1964). Сленговое слово «кэмп» она использует для обозначения особого типа чувственности, эстетизма, вобравшего в себя все то, что для искусства классического авангарда было неприемлемо: аллюзии на искусство маньеристов и прерафаэлитов, образы из мира голливудской культуры, рафинированную красоту графики О. Бердслея, стиля Л. К. Тиффани и проч.

Зонтаг обращает внимание на тот факт, что «кэмп — это попытка сделать что-либо необычное. Но необычное в смысле особенное, обаятельное (завывающаяся линия, экстравагантный жест). Вовсе не экстраординарное в смысле напряженное» [8, с. 57]. Вследствие этого кэмп демонстрирует победу «стиля» над «содержанием», эстетики над «моралью», иронии над трагедией. Он может быть серьезен во фривольности и фриволен в серьезности [8, с. 60]. При этом кэмп вовсе не обязательно означает «плохое искусство» — в своей работе Зонтаг причисляет к нему работы таких великих мастеров, как Кривелли, Гауди, Эрте, оперы Беллини и даже некоторые произведения Моцарта.

Кэмп родился как опознавательный знак в кругу интеллектуальной элиты, переоценивавшей все неестественное и чрезмерное, салонное, стилизованное и «барочное», — все то, что традиционно воспринималось как дурной вкус, в свете рафинированного дендизма Оскара Уайльда, написавшего в «Идеальном муже»: «Естественность — такая трудная поза». «Денди былых времен ненавидели вульгарность. Денди последнего призыва, поклонники кэмп, ценят вульгарность. Где вкус денди постоянно был бы оскорблен, а сам он заскучал бы, ценитель кэмп пребывает в постоянном восторге. Денди носил надушенный платок как галстук и был подвержен обморокам; ценитель кэмп вдыхает зловоние и гордится своими крепкими нервами» [8, с. 62]. По сути кэмп представляет собой решение проблемы: как быть денди в век массовой культуры [8, с. 61].

При этом С. Зонтаг различает простодушный, наивный, «благоухающий самовлюбленностью» кэмп и преднамеренный кэмп, ориентированный на художественно развитую аудиторию, понимающую, что то, что перед ней представлено, — именно китч. Последняя разновидность кэмп получила в авангардной художественно-проектной культуре современности наибольшее распространение.

В области дизайн-проектирования китч зачастую тесно связан с понятием *гламур*. В первоначальном значении эпитет «гламурный» означает «чарующий», «околдовывающий». В наше время «гламур» связан с эстетикой шоу-бизнеса, высокой моды и культурой обеспеченного меньшинства. Как справедливо отмечает Бодрийяр, китч ориентируется на сегмент редких, уникальных и драгоценных вещей. Однако подлинности и оригинальности он противопоставляет эстетику симуляции (имитация мрамора, драгоценных камней и материалов и проч.) [1, с. 146]. В этом смысле наиболее яркими примерами обращения к китчевой эстетике могут служить произведения Джеффа Кунса и Дэмиена Херста, работы известных дизайнеров-графиков и фотохудожников

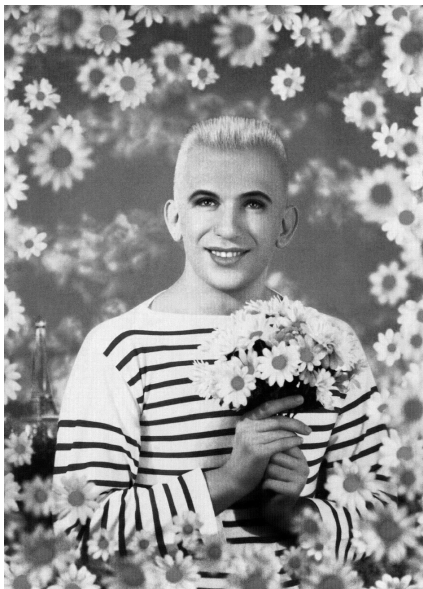


Рис. 1. Пьер и Жиль. Шелкография «Жан-Поль Готье», 1990 г.



Рис. 2. Д. Лашапель. Дизайн наручных часов фирмы «Swatch», 2000 г.

Пьера и Жилия (рис. 1), Дэвида Лашапеля (рис. 2), Таданори Йокоо, а также проекты лидеров мирового дизайна современности Этторе Соттсасса, Алессандро Мендини, Альдо Росси, Филиппа Старка, Рона Арада, Гаэтано Пеше, Масанори Умеда, Карима Рашида и др. В мире моды к китчу прибегали Александр Маккуин, Жан-Поль Готье, Джон Гальяно и Кристиан Лакруа. На современной поп-сцене китч формирует облик певицы Леди Гага и ряда других исполнителей.

Китч в контексте художественно-проектной практики конца 1960-х — 2010-х годов. Первое активное обращение к китчу в художественно-проектной культуре приходится на конец 1960-х — начало 1970-х годов. Итальянское направление радикального дизайна или, как его еще называют, антидизайна, использовало иронические фигуры китча для того, чтобы противостоять массовой унифицированной и безликой проектной культуре интернационального стиля. Вспомним продукцию компаний «Браун» и «Оливетти», типографику швейцарской школы, инженерный подход к дизайну, практиковавшийся в Ульмской высшей школе формообразования. Анонимный, практически стерильный облик дизайнерских вещей 1950–1960-х годов, их аскетичность и подчеркнутая антиэмоциональность согласовывались с общей художественно-философской программой модернизма. Основными «паролями» интернационального стиля в дизайне были чистота формы, коммуникативная ясность и функционализм. Апологетами «хорошего дизайна» в Европе стали Дитер Рамс и Отто Айхер, Ганс Гугелот и Томас Мальдонадо, Макс Билл и Йозеф Мюллер-Брокманн. Однако изменившаяся в конце 1960-х годов социально-культурная модальность вызвала к жизни новую художественно-проектную парадигму постмодернизма.

Значительную роль в разрушении модернистских взглядов на искусство и, в частности, на дизайн, сыграли известные майские события 1968 г. в Париже. Многотысячные студенческие манифестации под лозунгами «Запрещать запрещается!» и «Дважды два уже не четыре!», анархические идеи всеобщего освобождения и открывшийся леворадикальный дискурс имели значительные последствия для развития дизайна. Став свидетельством глубокого кризиса современного общества², основанного на принци-

² Чудовищная война во Вьетнаме, убийство лидера Движения за гражданские права чернокожих в США Мартина Лютера Кинга и сенатора Роберта Кеннеди, ожесточенные проявления холодной войны и подавление «Пражской весны» (1968) вызвали к жизни яркую «контркультуру» «новых левых». Их политические, экологические, феминистские идеи и общий антиимпериалистический пафос оказали огромное влияние на околохудожественный дискурс, артикулируя вопросы о природе и сущности власти в амери-

пах Просвещения, события 1968 г. были первым массированным наступлением пост-модерна. Рациональная парадигма культуры впервые была поставлена под сомнение в международном масштабе. В развитии дизайна наметилась эволюция от утверждения Миса ван дер Роэ «меньше значит больше» к «меньше значит скучнее» и, далее, к «чем больше, тем лучше!» (Роберт Вентури).

Решительное выступление против апатичного господства стандартизации проявилось в практике ряда итальянских дизайн-студий 1970–1980-х годов. Их подход к дизайну демонстрировал несостоятельность любой редукции и систематизации, а ускорившийся общественный метаболизм привел к вовлечению в орбиту художественно-проектной культуры лавины острых социокультурных подоплек. Разочарование в логоцентризме модернизма, замкнувшегося в «башне из слоновой кости» и не отражавшего иррационального состояния современности, выплеснулось в смелых формальных экспериментах. Раскрепощение творческого сознания дизайнера рассматривалось прежде всего как акт противодействия «тоталитарной» и «антигуманной» по сути культуре интернационального стиля. Отказ от единообразия и догматического мышления в дизайне вызвал, в частности, тенденцию к использованию подчеркнуто эклектичных сочетаний гротескных форм и неестественных цветов, применению ламинатных пленок и глянцевых поверхностей. Особую популярность получают антропоморфные и зооморфные образы, в структуре образов задействуется архитектурная метафорика и историко-культурные реминисценции, вызывающие целый веер разнообразных ассоциаций.

Художественную концепцию антидизайна формировали китчевая эстетика и эпатаж. Нарочитая ирония и пренебрежение к диктату функции и рациональности, непререкаемому в искусстве модернистов, театральность и экстравагантность отличали произведения флорентийских групп «Superstudio», «UFO», «9999», «Global Tools», «Studio 65», падуанской группы «Cavart» и туринских студий-лабораторий «Strum» и «Libidarch». Их произведения показательны с точки зрения использования китча как *художественно-проектной интерпретационной стратегии и основы методологического подхода к проектированию*.

В 1968 г. лидер флорентийской группы «Архизум» Андреа Бранци провозгласил: «Мы хотим принести в дом все, что раньше оставалось снаружи: нарочитую банальность, сознательную вульгарность, урбанистические элементы и порок» [10, с. 274]. Яркими примерами такого дизайнерского мышления стали известные произведения студии «Жилой ландшафт из модулей „Safari“» (1968) и кресло «MIES» (1969–1970).

В качестве наглядных примеров использования китча как метанарратива дизайн-проектирования можно рассматривать объекты для сидения «Большой луг» (студия «Strum», 1970), «Сассо» (Пьетро Гатти, Чезаре Паолини, Франко Теодоро, 1968; рис. 3), «Джонатан де Пас, Донато д'Урбино, Паоло Ломацци, 1971; рис. 4) и «Capitello» («Studio 65», 1971). Для них характерны акцентированный отказ от внешнего проявления функциональности, ирония над утилитарной формой как таковой. Вариабельность, подвижность, эластичность этих вещей противостоят здесь жесткой «кристаллической» форме кресел модернистских мастеров, таких как Марсель Брейер и Людвиг Мис ван дер Роэ.

Следующий этап интеграции китчевой эстетики в область художественного проектирования связан с деятельностью двух ведущих итальянских дизайн-студий —

канском обществе, а также о «пространстве власти» в искусстве. Таким образом, следует говорить о реполитизированном контексте развития художественно-проектной культуры конца 1960-х — 1970-х годов [9, р. 71].



Рис. 3. П. Гатти, Ч. Паolini, Ф. Теодоро.
Предмет для сидения «Сассо», 1968 г.



Рис. 4. Д. де Пас, Д. д'Урбино, П. Ломацци.
Кресло «Джое», 1971 г.

групп «Алхимия» и «Мемфис». Их лидеры *Алессандро Мендини* (р. 1931) и *Этторе Соттсасс* (1917–2007) стремились противопоставить массовую техническую культуру интернационального стиля ручной обработке, художественному вмешательству. Одной из своих задач они видели эксперименты с новыми материалами и технологиями: пластмассами, полиэфирными смолами и ламинатами, пенополиуретаном и пленками с орнаментом, напечатанным шелкографским способом. Особую известность получил разработанный группой «Мемфис» и наносившийся на ламинатные пленки орнамент «бактерии». Этой пленкой, например, декорированы знаменитые шкафы Соттсасса под названием «Касабланка» и «Карлтон» (1981) и не менее известная настольная лампа (1981).

Особое внимание следует обратить на кресло *Алессандро Мендини* «Пруст» (1978). В его дизайне ощущается ностальгическое чувство по «ушедшему времени» — барочной

культуре Людовика XIV (вспомним, что М.Пруст — автор эпопеи «В поисках утраченного времени», знакового произведения для постмодернистской культуры). Подражая форме барочного кресла, Мендини использует для его обивки яркую искрящуюся ткань, создавая впечатление «гламурного» и одновременно подчеркнуто-китчевого произведения, иронически обыгрывающего буржуазные вкусы «добропорядочной публики». Как и большинство предметов арт-мебели XX в., это кресло производится по сей день (рис. 5).



Рис. 5. А.Мендини. Кресло «Пруст», 1978 г.

К ключевым произведениям Мендини относятся также диван «Кандисси» (1978) и редизайн кресла Марселя Брейера «Василий» (1978). Используя культурный «бэкграунд» их форм (визуальные отсылки к модернистскому искусству и дизайну школы Баухауз), мастер тонко иронизирует над модернистским проектом визуальной культуры в целом. «Холодное» и беспристрастное искусство модернизма составляет здесь оппозицию эмоционально заряженному, «высоковалентному» и глубоко гуманистичному искусству постмодерна.

Эмоциональные механизмы китча активно задействованы в работах Мендини и Соттсасса 1990–2000-х годов. Таковы предметы для кухни серии «Anna G» (1994), разработанные Мендини для компании «Алесси» (Alessi), а также его дизайн наручных часов для компании «Swatch» (1998). В мебельных проектах Соттсасса 2000-х годов нашли отражение образы мультипликации (Микки Маус), смелые и неординарные эксперименты с фактурой и композицией. Традиционные подходы мастер отвергает как конформистские, в его интерпретации *мебель становится предельно персонализированным инструментом воздействия на воображение, подсознание и эмоции зрителя.*

Архитектурные аллюзии составляют главную особенность произведений *Альдо Росси* (1931–1997), в том числе серий чайников и кофейников «La Copica» и «La Cupola» (1984), производящихся по сей день компанией «Алесси». Не менее китчевы кресла «Роза» (рис. 6) и «Орхидея», созданные в 1990–1991 гг. японским дизайнером *Масанори Умеда* (р. 1941). Повторяя формы цветков розы и орхидеи в сильно увеличенном



Рис. 6. М. Уеда. Кресло «Роза», 1990 г.

масштабе, кресла демонстрируют присущую китчу тавтологичность форм. Эти работы напоминают мягкие напольные скульптуры Ольденбурга 1960-х годов.

Слагаемыми китчевой эстетики 1980–1990-х годов стали воспоминания о футуризме, сюрреализме, ар деко, американском кинематографе 1950–1960-х годов — в нее инкорпорировались элементы случайности и винтажа, практиковались намеренное нарушение композиционного построения вещи, нарочитая необработанность материала, обращение к архетипическим формам и образам.

Выдающийся дизайнер современности *Гаэтано Пеше* использовал в своих работах «ошибку» как специфическое-человеческое качество формы. Как тут ни вспомнить слова Зонтаг: «Вкус кэмп — это разновидность любви, любви к человеческой природе» [8, с. 63]. В коллекции мебели «Никто не совершенен» (2002–2007) комоды, кресла, столы и кровати имеют собственные «лица» и созданы с эффектом «разводов» на поверхности, с посторонними включениями и пузырями в толще материала, с нарочито необработанными краями. Этот дизайнерский прием превращает каждый образец серийно выпускаемых изделий в по-своему уникальный и делает эту «уникальность» доступной рядовому покупателю. В этом Пеше видит альтернативу безупречно отточенным, но «равнодушным» формам массового индустриального дизайна.

Среди работ дизайнера выделяется кресло «Il Feltri» (Войлок), выпускаемое с 1986 г. на миланской фирме «Cassina». Его спинка из толстого войлока, пропитанная термоактивной смолой, позволяет трансформировать, изгибать ее по форме тела сидящего. Дополненное яркими стегаными матрасиками, это кресло обеспечивает максимальный уют и комфорт его владельцу. В его спинку можно буквально «укутаться», как в одеяло. Подобные качества вещей, которые можно легко преобразовать «под себя», — одна из особенностей постмодернистского дизайна.

Французский дизайнер *Филипп Старк* (р. 1949) также принадлежит к числу дизайнеров, оперирующих категорией китча. Он выступает против «циничного» и «самовлюбленного» дизайна. Среди его работ выделяется соковыжималка «Juicy Salif» (1990),

скорее напоминающая инопланетный космический корабль или аэродинамические (и ностальгические) формы предметов Раймонда Лоуи³. Она лишена бытовой функциональности, воздействуя на зрителя подобно симулякру. Мягкая игрушка «Медвежонок Тедди и его друзья» (1998) и настольные лампы из серии «Коллекция оружия» (2005) также демонстрируют элементы китча.

«Хорошо закаленное кресло» *Рона Арада* (р. 1951), дизайнера израильского происхождения, живущего в Лондоне, выполнено из листовой стали (1986). Название этого кресла может быть переведено и иначе — «Кресло с хорошим характером» — довольно парадоксально, учитывая материал, из которого оно изготовлено. Ассоциация с «невозможными» объектами художников-сюрреалистов и авторская ирония наделяют это произведение особым китчевым метанарративом. Другая работа Арада — «Rover-chair» (1981) представляет собой установленное на две металлические трубчатые дуги автомобильное кресло из автомобиля марки Rover. Позже был налажен серийный выпуск этих кресел.

Карим Рашид (р. 1960) — весьма экстравагантный дизайнер, произведения которого дарят, по собственным словам мастера, радость, энергию и наслаждение от взаимодействия с ними. Родившись в Каире, Рашид получил образование в Париже и Оттаве, затем стажировался в миланской студии Э. Соттсасса и у Г. Пеше. В конце концов он обосновался в Нью-Йорке, где получил предложение преподавать в Институте Пратта на Манхэттене. В 1993 г. он открыл собственную студию.

Мастер разрабатывает эстетику «путешествующих форм», т.е. форм, неочевидно соотносящихся со своей функцией. Его коллекция мебели «SURF», кресла «Коор» и «Pugamid», барный табурет «Koncord», аксессуары для «Prada» и «Alessi», парфюмерные флаконы для «Kenzo» и «Issey Miyake», дизайн обуви для бразильской компании «Melissa», оформление интерьеров ресторанов в Нью-Йорке, Токио, Афинах и Лондоне как нельзя лучше выполняют задачу «интенсификации реальности», обострения и стимулирования эмоциональной жизни жителя современного мегаполиса. (Кстати, любимый цвет Рашида — розовый.) Одним из наиболее масштабных проектов Рашида стало оформление на станции метро «Университет» в Неаполе (2005–2008), создающее ощущение космического, футуристического ландшафта.

Техномеханический пафос и интеллектуальный стиль Рашида позволяют ему создавать вещи и пространства, поражающие воображение потребителей. При этом дизайнер проявляет серьезную заботу об экологии — его изделия производятся из полностью утилизируемых и легко разлагающихся материалов. На официальном сайте Рашида указывается, что дизайнер «флиртует с искусством, модой и музыкальной культурой», что делает его одним из ярчайших представителей китчевого мышления в художественно-проектной культуре современности.

Итак, китч как интерпретационная и коммуникативная стратегия и принцип формообразования весьма актуален в современном дизайне. Однако границы этого понятия не остаются неподвижными — напротив, они постоянно расширяются, вбирая в свою орбиту все новые и новые категории и концепции проектной культуры начала XXI в. Приверженность приемам двойного кодирования, принципам интермедиаль-

³ Ностальгическое качество формы, ее «старомодность» причисляется Зонтаг к ряду характерных для эмпта особенностей: «Время перекраивает границы банальности (банальность, грубо говоря, всегда категория современности). Что могло показаться банальным, с течением времени становится фантастичным» [8, с. 58].

ности, дискретность и пастиш, свободная ассоциативность — все эти качества китчевой формы наделяют произведения современного дизайна особым, поливариантным, метасодержанием.

Литература

1. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
2. *Гринберг К.* Авангард и китч / пер. с англ. А. Калинина // *Художественный журнал*. 2005. № 60. С. 48–58. URL: <http://www.xz.gif.ru/numbers/60/avangard-i-kitch/> (дата обращения: 10.10.2012).
3. *Андреева Е. Ю.* Постмодернизм: искусство второй половины XX — начала XXI века. СПб.: Азбука-классика, 2007. 488 с.
4. *Рыков А. В.* Постмодернизм как «радикальный консерватизм»: проблема художественно-теоретического консерватизма и американская теория современного искусства 1960–1990-х гг. СПб.: Алетейя, 2007. 376 с.
5. *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / предисл., сост., пер. и прим. С. А. Ромашко. М.: Медиум, 1996. С. 15–65.
6. *Уорхол Э.* Философия Энди Уорхола (от А к Б и наоборот) / пер. с англ. М.: Изд. Д. Аронов, 2005. 320 с.
7. *Роуз Б.* Американская живопись: XX век / пер. с фр. Ж. Петивара. Женева; Париж: Editions d'Art Albert Skira S. A.; Bookking International, 1995. 175 с.
8. *Зонтаг С.* Заметки о кэмпе // Зонтаг С. Мысль как страсть: избранные эссе 1960–1970-х годов / сост., общ. ред., пер. с фр. Б. Дубина. М.: Русское феноменологическое общество, 1997. С. 48–64.
9. *Modernism in Dispute: Art since the Forties* / P. Wood, F. Franscina, J. Harris, Ch. Harrison. New Haven; London: Yale University Press, 1994. 267 p.
10. *Михайлов С. М.* История дизайна: учеб. для вузов; в 2 т. Т. 2. М.: Союз Дизайнеров России, 2004. 396 с.

Статья поступила в редакцию 1 октября 2012 г.