

А.В. Степанов // Вестник по профессионально-педагогическому образованию учебно-методического объединения. Екатеринбург, 2007.

5. Арт-дизайн – искусство дизайна [Электронный ресурс]. / Режим доступа: [www.vprigorode.ru](http://www.vprigorode.ru).

6. Арт-дизайн в мире дизайна [Электронный ресурс] / Режим доступа: [www.pseudology.org](http://www.pseudology.org).

7. Арт-дизайн – альтернативный путь [Электронный ресурс] / Режим ДОСтупа: [www.aliticon.com](http://www.aliticon.com).

8. Арт-дизайн в зарубежном проектировании мебели XX – начала XXI вв. [Электронный ресурс] / Режим доступа: [www.discollection.ru](http://www.discollection.ru).

*Ю.В.Беловусова*

## **ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА: ПРОВОКАЦИЯ В ИНТЕРЬЕРЕ**

Во второй половине XX века в мировом социокультурном пространстве начинает формироваться постмодернизм, как принципиально новый способ существования культуры. Именно постмодернизм «смещает» культуру с пьедестала элитарности и «обрушивает» на массовые слои населения. В эту тенденцию включились и дизайнеры: стремление донести свою мысль до любого потребителя выражалось, как правило, в использовании готовых форм, которые были бы, с одной стороны, понятны и узнаваемы, а с другой, настойчиво утверждали идею отказа от привычного. Происхождение этих готовых форм не имеет принципиального значения: в современных художественных практиках используется все - от утилитарных предметов быта, выброшенных на помойку или купленных в магазине, до шедевров мирового искусства [1].

Дизайнеры постмодерна – бунтари, авторы идей «эмоционального» и «поведенческого» дизайна, основанных на игре. Самой важной чертой такой непосредственной игры, конечно, становится провокация, стремление не просто удивить, но шокировать заказчика, с целью создания противоречивых ощущений – «новых эмоций». Дизайнеры намеренно создают неоднозначные образы, стараясь программировать восторг, непонимание, удивление или даже неприязнь потребителя к дизайнерской практике.

У термина «провокация» существует множество дефиниций в различных областях знаний: медицине, экономике, политике, психологии, социологии и т.д. Согласно самому распространенному определению, данный феномен можно охарактеризовать следующим образом. Провокация – действие или ряд действий с целью вызвать ответное действие / бездействие провоцируемого, как правило, с целью искусственного создания, тяжелых обстоятельств или последствий для провоцируемого. Провокации основываются на особенностях психологии человека и его поведении как социального существа [2 ].

Художественные провокации распространились и на современный интерьер, как творческие практики. Многообразие современных строительных и отделочных материалов помогает в работе дизайнерам создавать особую концепцию двойственности, неоднозначности пространства, их пластичности, стремления к созданию игровых условий.

Так, например, говоря об архитектуре и форме помещения, мы можем наблюдать провокацию в самом выборе здания для конкретного интерьера. Нередко используются бывшие производственные площади небольших фабрик или заводов, переоборудуемые под жилые помещения, творческие студии или мастерские. Если таковых помещений нет, то дизайнеры советуют в рамках обычных квартир оставить максимум свободного пространства, смело использовать для внутренней отделки „индустриальные” материалы (отполированный бетон или окрашенный цемент для пола, металлические или деревянные технологические конструкции). Интерьеры, выполненные подобным образом, даже выделяют отдельным стилем и название ему «лофт» [3].

Так же обратим внимание на многообразие фактур современных материалов: от стандартных стеклянных, деревянных, металлических поверхностей до ультрасовременных пластиковых, синтетических текстилей и т.д. В интерьере можно создать эффект абсолютно любой поверхности будь то зеркальный потолок или пол, витражные двери, полупрозрачные стены. Все это создает зрительное увеличение пространства и вызывает эффект двойственности пространства, иллюзию разрушенного пространства. Материальный объект и обман, иллюзия, созданная дизайнером – это, безусловно, провокация.

Возможность бесконечно трансформировать пространство, т.е. уход от «заданности», позволяет использование модульной системы в любых видах ин-

терьерах. В данном случае все пространство состоит из отдельных элементов – модулей, которые могут быть как одинаковыми по своим конструктивным, пластическим, формообразующим и т.д. характеристикам, так и абсолютно разными. Перемещая такие модули в пространстве, помещения могут открыться потайные ниши или же само пространство может трансформироваться (к примеру модули могут служить перегородками, если того требует ситуация они перемещаются и все пространство комнаты становится видимым). Такие манипуляции позволяют использовать различные зоны помещения для создания эффекта неожиданности у потребителя.

Одним из основных средств манипуляции психологического и эмоционального восприятия пространства человеком остается цвет. Наверное, именно поэтому цвет в интерьерах стал основным способом реализации идей автора. Тенденции на преобладание того или иного цвета в интерьере меняются каждый сезон, если не чаще. Это уже само по себе для человека, жившего, к примеру, сто лет тому назад было бы шоком. Ведь тогда цвет характеризовал эпоху, а они сменяли друг друга намного реже и столетиями ничего не менялось. Так, например, несколько лет назад дизайнеры создавали интерьеры в пастельных и цветочных тонах: коралловый, лиловый, баклажанный, античный терракотовый и табачный, с добавлением сложного персикового и умеренного зеленого, то сегодня актуальны активные, неразбавленные белым тона цветов: изумрудный, кобальтовый синий, благородный бирюзовый и т.д. Сам колорит помещений требует отдельного внимания. Современные дизайнеры не боятся использовать сложные, провокационные, неоднозначные по психологическому восприятию цвета (фиолетовый, темный синий, желто-зеленый) и делать их доминирующими в композиции. Нередко создаются интерьеры в одном цвете, без вкрапления каких-либо иных пятен. Конечно, такие интерьеры принимают не все, но провокация автора от зрителей или гостей того и требует.

Нельзя ни отметить и вольнодумие, и даже некую сумасбродность дизайнера при сочетании цветочных пятен. В современной практике могут использоваться абсолютно разноплановые цвета, но тех оттенков, которые вместе будут работать только на положительные эмоции зрителей (например: желтый и фиолетовый). Другие дизайнеры, напротив, могут сочетать намеренно несочетаемое, или вовсе включать все цвета радуги, хаотично разбрасывая их в интерьере. Кто-то обходит-

ся и классикой черно – белой гаммы. Таким образом, каждый вариант – это отдельное стремление

Огромное значение в современном интерьере имеет его наполнение – мебель и аксессуары. Именно мебель в наше время претерпевает различные модернизации со стороны проектировщиков: столы зооформ, диваны в виде небоскребов, кухонный гарнитур в виде яблока и многое другое. Например, творения современного известного итальянского арт-дизайнера Гаэтано Пеше поражают своей шокирующей неоднозначностью: мастер использует нестандартные и неожиданные образы для создания привычных и типичных объектов. Одна из коллекций кресел Гаэтано Пеше «Donna» или «Up5»: полиуретановое кресло, повторяющее антропоморфные формы богини плодородия и круглый мяч, одновременно служивший пуфом и подставкой для ног. При этом мяч прикрепляется к креслу шнуром и отлетает при ударе на небольшое расстояние. Этим автор пытался показать свой взгляд на женщину, которая является пленницей.

Таким образом, мир провокации в интерьере многообразен. Некоторые пространства и вещи в нем воспринимаются нами уже как обыденность, а что-то наоборот будоражит воображение. Провокация позволила внутренней творческой игре воображения дизайнера появиться на свет в первозданных формах. И все пространства создаются, несомненно, для провокации у нас, заказчиков - потребителей, тех или иных чувств и ощущений. На наш взгляд, подобная смелость в интерьерах – хорошая тенденция. Ведь теперь каждый может выразить свою индивидуальность в собственной квартире.

### **Библиографический список**

1. *Брайнин-Пассек В.* О постмодернизме, кризисе восприятия и новой классике / В.О. Брайнин-Пассек. // Новый мир искусства. Санкт-Петербург, ноябрь 2002.
2. *Фатеева Н.А.* Арт – рынок как провокация искусства / Н.А. Фатеева // Вопросы культурологии: науч.-практич. И методич. Журнал. Москва, 2008. № 7.
3. *Лофт: жилье для оригиналов* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.grandhome.ru/articles/loft.php>.