



ДИЗАЙН, ДИЗАЙН-ОСВІТА

Бондаренко И.В., канд. архитектуры,
доцент кафедры «Интерьер и оборудование»
Сокол О., студентка магистратуры

Харьковская государственная
академия дизайна и искусств

ТЕМАТИКА ИСТОРИЧЕСКИХ СТИЛЕЙ В ДИЗАЙНЕ СОВРЕМЕННЫХ ОТЕЛЕЙ-БУТИКОВ

Аннотация. В статье представлены характерные черты, определяющие особую категорию в гостиничном бизнесе – бутик-отель. Рассмотрены специфические средства формирования средового дизайна отелей-бутиков, раскрывающих тематику исторических стилей в дизайнерском средообразовании.

Ключевые слова: дизайн, отель, исторический стиль, текстиль, мебель.

Анотація. Бондаренко І.В., Сокол О. Тематика історичних стилів в дизайні сучасних бутик-готелів. У статті представлені характерні риси, що визначають особливу категорію у готельному бізнесі – бутик-готель. Розглянуті специфічні засоби формування середовищного дизайну готелів-бутиків, що розкривають тематику історичних стилів у дизайнерському средоутворенні.

Ключові слова: дизайн, готель, історичний стиль, текстиль, меблі.

Аннотация. Бондаренко И.В., Сокол О. Тематика исторических стилей в дизайне современных отелей-бутиков. В статье представлены характерные черты особой категории в гостиничном бизнесе – бутик-отель. Рассмотрены средства формирования средового дизайна отелей-бутиков в дизайне которых раскрывается тематика исторических стилей.

Ключевые слова: дизайн, отель, исторический стиль, текстиль, мебель.

Annotation. Bondarenko I.V., Sokol O. A theme historical styles in the design of modern hotels-boutiques. In the article the personal touches of the special category are presented in hotel business is a boutique-hotel. Facilities of forming of hotels-boutiques are considered the subject of historical styles opens up in the design of which.

Keywords: design, hotel, historical style, fabrics, furniture.

Надійшла до редакції 10.12.2012

© Бондаренко И.В., Сокол О., 2012

Постановка проблемы. Путешественникам современного стремительного мира требуется гораздо больше, чем комфорт и однотипные услуги. Отель в современном мире – это полноценная часть туристического опыта, источник не только бытового комфорта, но и генератор эстетического удовольствия. В цене внимания стиль и авторство. С каждым годом публика становится все более искушенной, а архитектурная среда постепенно превращается в своеобразную выставочную галерею, культовое сооружение нового типа, где арт-объекты – медиумы тонких переживаний при соприкосновении с великим искусством. Новые гостиницы становятся зримым воплощением творческого замысла архитектора или дизайнера. Теперь гостиница – храм, а время проживания в ней стало ритуалом погружения в гармонию. Уже недостаточно дорогого интерьера и роскоши мебельных брендов, сама организация жизни в отеле предполагает детально продуманный сценарий некой интерактивной игры, исключительно с целью получения удовольствий и формирования у публики правильных, т.е. оплачиваемых ею впечатлений.

Еще в начале двадцатых годов прошлого века гений русского авангарда Эль Лисицкий предложил идею театра погружения, где зритель становится как бы участником представления и находится внутри спектакля [1]. В устройстве отелей уже пользуются этим приемом, и, организованные по этому принципу, относятся к категории – бутик-отелей. Во всем мире более востребованными считаются городские бутик-отели, находящиеся в историческом центре того или иного города. И при подпадании в такой бутик-отель уже с порога можно начинать знакомиться с обычаями или традициями данного города или страны. Поэтому изучение мирового опыта по специфике формирования дизайна интерьерного пространства таких отелей является актуальным с точки зрения развития обозначенных тенденций на Украине.

Анализ исследований и публикаций. Бутик-отель — тип небольшой гостиницы, позиционируемый, как особенно стильный, роскошный и эксклюзивный. Часто оформляется в особом тематическом стиле. Обычно не принадлежит к известным гостиничным сетям. Бутик-отель – это новое понятие в гостиничной индустрии, возникшее около трех десятков лет назад, после триумфальной презентации двух необычных заведений – «Bedford» в Сан-Франциско и лондонского «The Blakes Hotel», созданного дизайнером и отельером Анной Хемпель [2]. Бутик-отель – это небольшая гостиница с запоминающимся, оригинальным и ярким дизайном. Особенностью таких заведений является смелость, чувство юмора, креатив и индивидуальность в решении дизайна пространства. Чаще всего такие гостиницы роскошны и ориентированы на определенную публику, ценящую комфорт и удовольствие от проживания в таком отеле. В большинстве случаев бутик-отели расположены неподалеку от центра города, в его деловом или историческом районе, вблизи от туристических зон отдыха. Здесь могут останавливаться любители шоппинга, туристы и деловые люди. Своим нетривиальным дизайном, особенному сервису и непривычной атмосфере бутик-отель позволит клиентам почувствовать себя в совершенно ином мире. Некоторым, несо-

мненно, привычнее станут традиционные гостиницы, но проживание в бутик-отеле позволит окунуться в совершенно новую для вас атмосферу. В последнее время понятие «бутик-отель» размывается, его используют в маркетинговых целях для улучшения привлекательности гостиниц. Возвращаясь к тому понятию, что бутик-отель это театральный замысел, следует отметить, что целостный образ среды отеля складывается из множества вариаций темы, определенной в специально подготовленном либретто (по аналогии с театром). В каждом таком отеле до мелочей продумывается единое сценографическое решение. Все подчиняется ему: архитектурная планировка здания, дизайн холлов, коридоров, лифтов и каждого номера. Цвет, освещение, фактура отделочных материалов, предметы мебели и звуковое оформление детально подобраны и гармоничны в нюансных или, напротив, в контрастных сочетаниях. Образ отельного спектакля – часть его сценографии, придуманный дизайнером-режиссером проекта, часто персонифицирован с культовым публичным имиджем. В отличие от театра, пространство формируется не бутафорской декорацией, а самыми настоящими, и далеко не дешевыми вещами [1].

Считается, что первые бутик-отели – иногда их называют также дизайнерские отели (designhotels или lifestylehotels) – открыли свои двери для гостей в 1981 году одновременно на двух континентах: в Лондоне, в районе Южный Кенсингтон открылся The Blakes Hotel, автором которого стала бывшая актриса, а ныне известный дизайнер и отельер Анушка Хемпель (Anouska Hempel), а в Сан-Франциско в апреле того же года начал принимать первых посетителей отель «Bedford», расположенный на Юнион-сквер. Впоследствии этот отель стал частью сети, состоящей исключительно из бутик-отелей и находящейся под управлением одного из наиболее известных игроков рынка – Kimpton Hotels&Restaurants. В 1984 году свой первый бутик-отель «Morgans» в Нью-Йорке открыл знаменитый отельер бутик-отелей Ян Шрагер. Поэтому во всех источниках прародителями дизайн-отелей считают Яна Шрэгера и Стива Рубелла (Steve Rubell and Ian Schrager), тех самых, кто когда-то были владельцами знаменитого клуба «Студия 54». Именно их в середине 80-х озарила гениальная идея создания «современного, городского, космополитичного» отеля с соответствующим интерьером. Свой план они привели в исполнение, переделав в 1984 году приобретенную ими нью-йоркскую гостиницу «Морганс Отель» (Morgans Hotel). Для реализации идеи был приглашен французский дизайнер Андре Путман (Andre Putman), которому и предписывается слава создания первого бутик-отеля. Его решение построено на выразительных контрастах черно-белых плоскостей из мозаики, которой были отделаны целые комнаты [3]. Ободренные успехом, Шрагер и Рубелл запустили после нескольких пуританского дизайна отеля «Морган» ещё две гостиницы – «Royalton» и «Paramount», оформленные мировым гением дизайна Филиппом Старком. «Paramount», оформленный в стилистике «дешевый шик», совершенно не соответствовал тогдашним представлениям о роскоши – скромно, но изысканно декорированные белые интерьеры, единственным цветовым пятном которых, которых являются копии полотен

Вермеера в изголовьях кроватей. Вскоре «Paramount» приобрёл культовый статус у молодых и мобильных деловых людей и туристов. Пресса не оставила такой феноменальный рост популярности без заинтересовались новыми веяниями.

Если перенестись в любую историческую эпоху, то по внешним признакам архитектуры и деталям внутреннего убранства помещений можно определить и время, и культуру, и главное – стиль. Тогда как, находясь в интерьерах, созданных в одном из современных стилей, скорее, можно судить о новых тенденциях и модных течениях, которые преобладают в мире архитектуры и дизайна. Каждой эпохе присущи свои представления об окружающем мире, свое видение красоты и гармонии. Исторически сложившаяся совокупность творческих принципов, характеризуется также особенностями передачи наиболее существенных признаков материальной и духовной культуры, создаваемой обществом, что и определяется как стиль данной эпохи. По отношению к интерьеру, обращение к тому или иному стилю – это, по сути, возможность выразить одно и то же содержание в совершенно разных формах. Исторические стили – это те, что возникли в разные периоды и характеризуют ту или иную эпоху. Исторические стили характеризуются общностью образных систем, средств художественной выразительности и творческих приемов, существовавших в определенные исторические эпохи. Они не только имели общие художественно-образные принципы, но и были реализованы в архитектурных конструкциях и материалах того времени. Поэтому в современном воплощении исторические стили могут предстать лишь как стилизация того или иного архитектурного направления. Обращение к ним в современном дизайне объединяет воедино прошлое, настоящее и будущее.

Как было изначально задумано концепцией бутиков-отелей, по территориальному расположению они должны были находиться в историческом центре, в самых развитых уголках мира, и, как правило, в столицах или в городах с интересной историей, туристических центрах. Этот аспект продиктован определенным сегментом туристов, представляющих собой молодую часть населения, которые устали от однотипности брендовых отелей и стремятся к чему-то поучительному, хотя бы окунуться на некий период, в историческую эпоху того или иного города, для обогащения индивидуального опыта.

Такие бутики-отели воплощают определенную историческую атмосферу путем повторения или переосмысления, но переосмысления в духе современности, опирающейся на культуру постмодернизма.

Особенность постмодернизма как стиля в решении дизайна интерьеров состоит в нарушении привычных, формальных пропорций и классических схем. Отходя от принципов модернизма, постмодернизм стремится привнести контраст и неопределенность в относительный порядок, гармонию и простоту традиционных стилей дизайна интерьера. Этот стиль, отрицая функционализм, объединил различные концепции многочисленных экспериментаторов, цитаты из не только предыдущих исторических стилей, но и из сюрреализма, китча, компьютерной графики, он сочетает в себе все современные направления: струк-

турализм, футуризм, хай-тек. Постмодернизм культивирует существование в едином культурном пространстве вещей, имеющих отношение к совершенно разным областям. Он отвернулся от монохромности, от рациональных форм и обратился к декоративности и красочности, китчу и шику, индивидуальности и образной семантике элементов.

Как отмечает в своем исследовании Н.Барсукова, постмодернизм не ставит задачи постижения реальности, а направлен на отрицание ее значимости и даже отрицание реальности как таковой. Для стиля характерна гротескность, пародия, ирония, игра в другие стили, сплав различных стилей прошлого. Например, псевдоклассика с нарушением классических пропорций или классика и барокко. Специфика стиля – гиперболола как инструмент создания яркого театрального образа среды. В центре помещения может стоять колонна, не соответствующая по размерам остальной обстановке, или фонтан, услаждающий взоры посетителей необычного кабинета [4].

Цель. Таким образом, представляет научный интерес выявление дизайн-средств, определяющих формирование среды бутиков-отелей.

Изложение основного материала. Материалом для исследования стал ряд европейских бутиков-отелей, решенных в контексте использования исторических стилей в процессе формирования интерьерного пространства обозначенных объектов. К таким примерам следует отнести бутик-отели «*Le walt hotel*» (Париж, Франция), «*Gallery hotel art*» (Флоренция, Италия), «*Boutique Hotel Trevi*» (Рим, Италия).

Подходы в решении дизайна среды, которые зачастую используются при проектировании этой группы отелей, ориентированы на создание атмосферы спокойствия и уюта, а именно:

- лаконичность цветового решения (зачастую приближенная к черно-белой гамме с единственным акцентным цветом);
- тональный контраст;
- использование присущих классицизму форм и декора;
- передача состояния равновесия и спокойствия;
- современная мебель, но решенная в контексте принадлежности к стилистическим историческим канонам.

Особо интересным с точки зрения средств формирования средового пространства является бутик-отель «*Vyblos Art Hotel Villa Amista*» в Италии, спроектированный знаменитым архитектором, дизайнером, художественным критиком, теоретиком дизайна, выдающимся деятелем “радикального” и “нового дизайна” Алессандро Мендини (Alessandro Mendini). В его решении акцент ставится на нестандартности, игривости, иронии, гротеске, деконструкции структуры, идет искажение классических пропорций для достижения иронического эффекта. Отель «*Vyblos Art Hotel Villa Amista*» более всего напоминает музей. Здесь соединились поздний ренессанс, раннее барокко, зрелый модернизм и гламур современного искусства. Сюжетная линия либретто дизайнерской идеи для «*Vyblos Art Hotel Villa Amista*» - современное искусство. Здесь выставлены произведения художников всего мира: Валерио Адами (Valerio Adami), Ванесса

Бикрофт (Vanessa Beecroft), Питер Хелли (Peter Halley), Аниш Капур (Anish Kapoor), Такаши Мураками (Takashi Murakami)...

Безусловная удача проекта – результат страстного отношения к искусству владельца отеля Дино Факкини. Главный композиционный прием это контраст цвета, который преобладает в текстиле и мебели и несет определенную концептуальность и смысловую нагрузку. Алессандро Мендини переосмыслил, переработал каноны исторических стилей, добавил иронии, когда, например, используются ренессансные формообразующие, но в новом цветовом решении, где зачастую используются яркие, приближенные к спектральным, цветовые гаммы. Сделал их более «гибкими» без правил и жестких догм сам интерьер несет в себе полет фантазий и свободу, даже определенную наигранность и театральность. Дизайнер не преследовал цель показать статность и дороговизну материалов, наоборот, за основу берется декоративность, бутафория, камуфляж («грим» должен быть заметен, а искусственность декорации – ярко выражена).

Особое место в нише отелей-бутиков занимают лондонские отели. Лондон, благодаря своему огромному бережно сохраняемому историческому наследию, с одной стороны, и будучи мировым центром дизайнерской мысли – с другой, оказался наиболее подготовленным к воплощению в жизнь идеи бутик-отелей. Соответственно такие отели относятся к двум резко различающимся между собой по образности стилистическому решению категориям – «старая Англия» и «дизайнерский модерн». Гостиницы, наиболее ярко передающие дух ушедшей эпохи величественной Британии это – «*Milestone*», «*Travelode*», «*Rookery*». Решение интерьеров построено на доминантной роли текстиля в жилых номерах, использовании мебели, относящей нас к эпохе классицизма, а временами, и барокко, применении традиционных деревянных панелей темного дерева. Важно отметить, что текстиль, используемый в этих отелях богат рисунком на насыщенном цветовом поле, достаточно часто украшен бахромой и кистями, что сообщает интерьерам состояние неподдельного шика.

Выводы. В целом следует выделить, что тема исторических стилей в дизайне европейских отелей-бутиков решается посредством широкого введения в интерьер текстиля и, в значительной степени, через использование мебели (кроватей, кресел, стульев, столов), решенной в духе стилей исторических эпох. Дизайн значительного количества европейских отелей строится на тональном контрасте и лаконичности цветового решения, где только отдельные предметы мебели или архитектурный декор относят нас к известным эпохам, но и в их решении прослеживается ироничность и гротеск в трансляции исторической правдивости объектов, что присуще стилистике постмодернизма.

Особый подход следует выделить в этом сегменте в решении британских гостиниц, дизайн которых определяется введением в интерьер обилия текстиля в виде занавесей, драпировок, балдахин, насыщенных по цвету и декоративному решению. Отличительной чертой этих отелей является наполненность жилых пространств мебелью, достаточно правдиво передающей характерные признаки исторических стилей.

Литература:

1. Харджиев Н. Памяти художника Лисицкого // Декоративное искусство СССР. — 1961.
2. «Бутик или не бутик» Гостеприимный маркетинг [Электронный ресурс] :Режим доступа:<http://guest-marketing.com/butik-or-not-butik/>
3. Дизайн отелей и ресторанов. [Электронный ресурс] : / Виктор Литвинов – Режим доступа: <http://www.rudesign.ru/projects/hotel/hotel100.htm>.
4. Барсукова Н.И. Дизайн среды в проектной культуре постмодернизма конца XX – начала XXI веков: дис. док. искусствоведения 17.00.06 /Барсукова Наталья Ивановна/ – М., 2008.



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

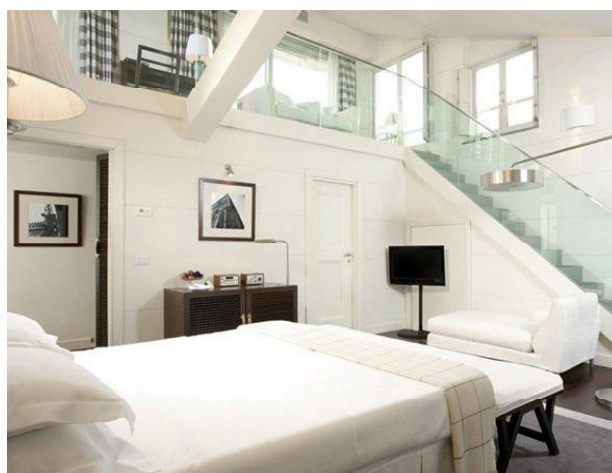


Рис. 4



Рис. 5

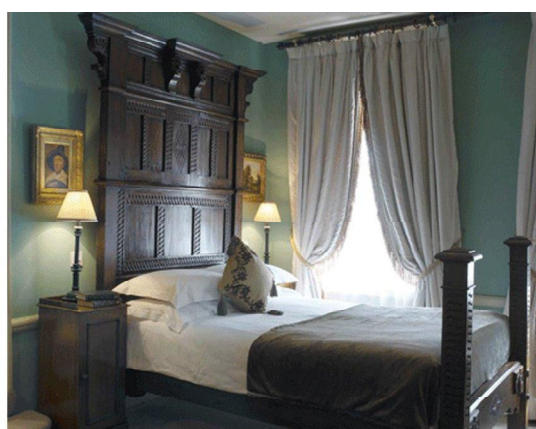


Рис. 6

Рис. 1-6. Дизайн интерьеров отелей:

- 1 – «Morgans Hotel» (Нью-Йорк, США), 2 – «Le walt hotel» (Париж, Франция), 3 – «Vyblos Art Hotel Villa Amista» (Верона, Италия), 4 – «Gallery hotel art» (Флоренция, Италия), 5 – «The Milestone hotel» (Лондон, Англия), 6 – «The Rookery hotel» (Лондон, Англия)