



УДК 745/749 (476) (059) ББК 30.18 (4 Беи)

П78

РКО дизайн: Авт.-сост. Д.Сурский, А. Рымкевич и др.-Мн: ОО "Белорусский союз дизайнеров", 2001. - 84 с.:ил.

ISBN 985 - 6534 -04 - 6

"РRОдизайн" – второй выпуск иллюстрированного издания Белорусского союза дизайнеров, представляющий события из мира дизайна за 2001 г., а также аналитические статьи по профессиональным, образовательным и юридическим аспектам дизайн-деятельности во всем многообразии ее форм и проявлений.

> УДК 745/749 (476) (059) ББК 30.18 (4 Беи)

ISBN 985 - 6534 -03 - 8 © Белорусский союз дизайнеров, 2001

Производственно-практическое издание "PROдизайн". Выпуск 2.

Авторы-составители: Дмитрий Сурский, Александр Рымкевич, Владимир Голубев, Игорь Герасименко, Константин Михеев, Валерий Лобко, Татьяна Бембель. Редактор: Александр Рымкевич. Дизайн и верстка: Александра Белоокая, Наталья Калиновская. Информационный отдел: Марина Островцова, Анжелика Жидкова. Технический отдел: Влад Шевардин, Дмитрий Оганесян. Корректор: Мария Авхимович.

Подписано в печать 08.08.2001. Бумага Multiart Palette. Гарнитура Фрисет. Офсетная печать. Усп. печ. л. 7. Тираж 1200 экз. Зак. № 482.

Налоговая льгота - Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ - 007-98;

ОО "Белорусский союз дизайнеров" Республика Беларусь, 220039, г. Минск, ул. Брилевская, 14. Лиц., 1В №147 от 28.01.98 Отпечатано в типографии ЗАО "Юнипак". Республика Беларусь, 220030, г.Минск, ул. Октябрьская, 19. Лиц. ЛП №132 от 29.12.97г.

Воспроизведение текстов и фотографий издания "РРОдизайн" только с письменного разрешения редакции. Издатель не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

На обложке: скульптура А. Капустникова **Фото:** Н. Калиновская.





Благодарим за помощь в издании и предоставленные материалы: Белорусскую конфедерацию творческих союзов, Чрезвычайного полномочного посла Италии в Беларуси г-на Стефано Бенаццо, Советника посольства Франции по культуре г-на Ксавье Маршелидона, Французский информационный центр, Польский институт в Минске, Гете Институт Интер Национес, ПКФ "Феликс", УП "Дизайн-студия Сэнс", ЗАО Юнипак, Пейпарс Трейд Хауз, ЗАО "Техника и коммуникации", Компанию ОДО "Волис Строй", Галерею мебели "Domus", Салон светильников "Сиреневая Луна", International Business Alliance, Рекламное агентство "Белая Карона", ИП "Белтекс оптик", ПО "Горизонт".

Информационный спонсор: Альфа-радио.

ЗАО"ТЕХНИКА И КОММУНИКАЦИИ"

















Татьяна Бембель



Важная часть экспозиции исследовательская съемка этой сверкающей фауны. Авторское фото **Зои Мигуновой** (с 1999 года мастер фотографии в Белорусской академии искусств, Минск) не столько фиксирует, сколько конструирует светом, цветом и движением пространство «природной» жизни покоящихся в коллекции образиов, экземпляров и особей, которые на воле, в естественных условиях, главным образом в ландшафте человеческого тела, обретают полноту органического бытия.

Фото: Алексей Ильин

<u>ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ</u>

Художник в своих отношениях со Временем отличается от обычного человека тем, что у него есть счастливый шанс воспользоваться хроно-динамическими возможностями искусства и выбрать родиной эпоху, в которой не довелось родиться. История показывает, что художники довольно часто выходят не на той станции экспресса «Хронос»: кто-то слишком рано, кто-то слишком поздно — и живут на чужом перроне, так и не встретив своих настоящих со-временников. Маше Капиловой надо было выйти на станции Арт деко (или же Сецессия, модерн, югенд-стиль и как там еще их называют). Там она могла бы переброситься с Галле или Гауди парой слов о символическом смысле вегето- и зооформ и его значении для расцвета того европейского арт, которое самое что ни на есть нуво, и фантастически прекрасные реликты. Судьба распорядилась иначе, но невзирая на окружающий пейзаж, Маша чтит память Бердслея каждой линией своих рисунков, бесконечно длит День пятый творения своего мира (результат — наша выставка) и носит прическу женщин с картин Альфонса Мухи. Вернисажный имидж автора, однако, не очень вяжется с представлением о процессах холодной ковки, выколотки, пайки, чеканки и иных видах борьбы с металлом, — привычно мужской прерогативы. Следствие ли это дизайнерского образования (Маша Капилова закончила в 1985 году Академию искусств, Минск), или изначальное свойство темперамента, но гнутая, мятая, тянутая, продырявленная, хитро сложенная по принципу оригами или истонченная в прозрачную органзу медь и латунь блестящих панцирей, ажурных крыл и крылышек, членистых ножек и брюшек являют варварское бесстрашие в подчинении материала (кроме металла, в композициях присутствуют шлифованное дерево и плавленое стекло).



КУКЛА — МЕЧТА И ПОЧТИ ЕЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ. КУКЛА -ЗЕРКАЛО И ВТОРОЕ Я.



Кукла — неживая (у Пушкина Дон Гуан критикует провинциальных красоток: «...в них жизни нет — все куклы восковые»), но может быть одухотворена человеком (отсюда, в частности, традиция использования куклы для магии, волхо-

вания и колдовства служителями зла) и потому притягивает его. 28 декабря 2000 - 26 января 2001 года в галерее ЕГУ прошла выставка авторских кукол. Старинное искусство сейчас переживает очередной всплеск популярности. Экспозиция знакомит с несколькими направлениями кукольного художества. Классическую европейскую традицию, связанную с придворной культурой, представили Елена и Николай Байрачные. Три пары кукол (кавалердама) представляют собой реконструкцию известного в Европе с XV века типа куклы-манекена для демонстрации мод. Во все концы Европы эпохи Просвещения мода приходила из Парижа в виде кукол-манекенов. Представленные в экспозиции французская, польская и испанская пары – как бы живая иллюстрация показательной для XVII

века ситуации в мире моды: сохранилось, например, письмо, где королева польская просила испанского курьера привезти ей куклу, одетую на французский манер, дабы оная могла послужить образцом для ее портного. Работа Елены и Николая Байрачных — не только художественная, ремесленная в высоком смысле этого слова, но и научная, исследовательская, ее цель - точность реконструкции, соответствие историческим образцам. Анна Балаш представляет кукол fantasy, что вполне естественно - она давно и успешно работает как художник по костюму, в том числе и сценическому. Ее куклы - крупные, яркие, феерические - непринужденно чувствуют себя в любой пространственной и стилистической ситуации и с полным правом могут быть названы интерьерными.

Наталья Чернышева создает характерные куклы, реконструирующие не только костюм, но и типажи европейского средневековья: прекрасных дам и их трубадуров, шутов, королей, палачей, тамплиеров и других, с детства знакомых нам по историческим романам. Людмила Красневская-Кашкуревич представляет фантазийный вариант "домашней» куклы. Фоном и дополнением экспозиции служит декоратив ная живопись Светланы Дамановой.



МАМОНТЫ НЕИСТРЕБИМЫ

Решение Юрия Бреуса оставить в каждой номинации по пять коллекций — но сильных! — избавило зрителей от «визуального мусора». А острых ощущений хватило. Была даже электропила у маниакального вида девушки (интересно, как ее пронесли мимо охранников?). Испуская в зал сизые бензиновые тучки, дама порывалась перепилить жюри, возглавляемое Марком Рудинштейном. Фестиваль авангардной моды существует не просто для яркой тусовки. Учитывая болезненность (а для нашей страны полное отсутствие) моды haute couture, авангард приобретает все большее значение. Привычный для моды процесс - рождение идей в haute couture с последующей их демократизацией и «притиркой» в pret-a-porter — нарушен. Теперь нестандартные решения исходят из авангарда.

И хотя говорить о тенденциях трудно, все-таки среди молодых дизайнеров есть провидцы. Модельеры, минув барьер тысячелетия, забыли о звездных войнах, урбанизме и обратились к природным формам и материалам. Сократилось количество коллекций, сделанных из синтетики, мусора и металлолома. Особенно знаковой для молодых модельеров является обостренная сексуальность. Фаллические символы или аллюзии на половой акт присутствуют почти в каждой коллекции.

Иван Айплатов, проявивший в коллекции «Шейкер» отличные знания конструирования и технологии. (1) Ольга Новик и Екатерина Лавникович, доказавшие работой «Витаминоз», что хороший модельер и на дне кастрюли найдет материал для творчества. Татьяна Касаджикова, отстоявшая тезис о взаимосвязи деликатесов и сексуальности (коллекция «Кальмар"). Наталья Цыганкова ("Чай со слоном") за узорный клон слона и чайника. (4) Ольга Осипенко и Наталья Поткина ("Шиворот-навыворот"), натянувшие бюстгальтер на коленки. Ну надо же! [3]







'КРЕМЛЕВСКИЕ ЗВЕЗДЫ" НАД НАМИ ГОРЯТ, ПОВСЮДУ ДОХОДИТ ИХ СВЕТ. ХОРОШИЕ КОНКУРСЫ ЕСТЬ У РЕБЯТ, НО МОДЫ И БЛИЗКО ТАМ НЕТ.

Москва неизменно ассоциируется у нас - и это наследственное, советское - со всем качественным. Лучшие бутики, журналы, модные тусовки - в Москве. Международный конкурс-фестиваль молодых дизайнеров костюма «Кремлевские звезды», который проходил 19-20 марта, этот тезис опроверг. Организовал конкурс Московский государственный университет дизайна и технологий. Молодые (до 35 лет) дизайнеры представляли свои работы в номинациях: preta-porter и (!!!) haute couture. Далее из блокнота: «Когда на вешалках платья смотрятся лучше, чем на людях, - это либо чистое искусство, либо музей пыток».

"Стоит только как следует разобраться в том, что есть модно, как тут же хочется все делать наоборот». «Мне кажется, что если все начнут одеваться так, как это предлагают молодые модельеры, то я стану самым заметным человеком. Я просто этого на себя не надену!». «Мода выходит на улицу. Манекенщиц нашли в ближайшем супермаркете, они даже не сняли бижутерию».

Полуфинал конкурса проходил прямо в Университете. Про звук, свет и подиум сказать просто нечего. Александру Васильеву пришлось превратить свою лекцию в театрализованное представление из-за сломанного проектора.

Финальный кастинг напоминал построение в пионерском лагере. Модельерам приказали оставить в коллекции по пять манекенщиц. конференц-зале гостиницы «Рэдиссон-Славянская». Любопытно, что финал и полуфинал оценивали два разных жюри. Лучших выбирали: Александр Васильев, Татьяна Парфенова, Владимир Зубец, Юлия Далакян, Татьяна Козлова, Эвелина Хромченко...

Васильев, вручая призы, сказал, что сегодня модельеры должны предлагать ту одежду, которую они сами готовы носить. К сожалению, большинство работ никакого отношения к моде не имели. Слабость студентов заключается не в недостатке информации, а в отсутствии чувства моды и умения анализировать. Молодые модельеры не могут вовремя остановиться, и «зашиваются», как журналисты «записываются».

На фоне многих коллекций работы белорусских студентов ВГТУ (Иван Баев, Елена Шаховская, Ольга Медведская, Екатерина Бутер) выглядели очень достойно. В финал конкурса вышла коллекция

"Style Life" Елены Шаховской, с чем мы ее и поздравляем!



СП ЗАО «Мілавіца» — одно из крупнейших швейных предприятий по производству корсетных изделий. Благодаря высокому качеству продукции, современному дизайну и широкому ассортименту, способному удовлетворить самые придирчивые требо-

вания.

известна сего-

Белье — особая тема в поэме моды, воспевающая красоту и величие дявестна сего-божественного творения— женщины.

на рынках Беларуси, России, Прибалтики, стран СНГ, но и Европы, Америки, Азии,

С целью позиционирования своей марки в Европе, в начале нынешнего года «Мілавіца» уже в 4-й раз приняла участие в Международном салоне белья «Salon International de la lingerie» в Париже. «Мілавіца» — единственный производитель белья в Восточной Европе, регулярно принимающий участие в парижском салоне. А участие в генеральном шоу-показе салона характеризует фирму как создающую качественную, соответствующую последним направлениям моды в белье продукцию, способную конкурировать с крупнейшими производителями. Трижды модели «Мілавіца» отмечались призами известного французского журнала «madame FIGARO» и были использованы в фотосессиях для этого издания.

Стремясь поддержать женщину во всех жизненных ситуациях, фирма выделила в своем ассортименте несколько характерных линий:

«Нарру Age-21» - молодежная линия, модели кото-

рой отличаются особой модностью материалов и отделки. Готовится линия бесшовного белья будущего.

«Your Majesty» — линия для изысканных и утонченных, чьи требования к дизайну и комфорту предельно высоки.

«Grand Comfort» — максимум комфорта и оптималь ный дизайн для больших полнот.

«Мама» — линия, которая предлагает модели для беременных и кормящих женщин, призванных помочь им в этот сложный период чувствовать себя максимально защищенно. Ежегодно выпускается линия купальников, которую отличает высокое качество материалов и обработки.

Качество дизайна продукции «Мілавіца» постоянно совершенствуется. Каждый год дизайнеры фирмы участвуют во всевозможных конкурсах. Высокие награды и призовые места, которых они добиваются, повышают имидж фирмы и подтверждают популярность марки.

В последней коллекции 2001 года учтены основные направления современной моды, для которой характерны использование формованной чашки, скрытых каркасов, оригинальной металлической фурнитуры, бретелей и вставок из прозрачной силиконовой ленты, а также декоративная отделка, застежка со стразами, тонкие прозрачные материалы с набивными флористическими и графическими рисунками, изысканные нарядные кружева и вышивки, часто двухцветные. В классической группе используются материалы нового поколения с микроволокнами «Tactel», «Meril», кружева и полотна, дублированные хлопком.



"События"

БОЛЬШЕ ЖИЗНИ, ЯРКОЙ И МОДНОЙ!

Радуйся и ликуй, душа фэшн-дизайнера! Вышел в свет 1 (первый) номер 1 (первого) белорусского модного журнала «Fashion Life». Пока бледноватый и невыспанный, зато цветной, глянцевый и склонный к полноте. По стилю больше похож на «Cosmopolitan» или «Elle», но наш. Здесь невозможно создание белорусской редакции того же «Vogue», поэтому честь и хвала ООО «Ориент Консалт», взявшему на себя этот каторжный труд — пропагандировать моду в Беларуси. Первый номер журнала разделен на две половинки — мужскую и женскую. А в них: дайвинг и автоспорт, питание и здоровый секс, тенденции моды и современные интерьеры... Планируется, что журнал будет выходить раз в квартал и распространяться через Союзпечать по всей республике. Хотелось бы пожелать «Fashion Life» смелости (уж если не радикализма), оригинального дизайна (издание все еще ищет свое лицо), осведомленности в отечественных фэшн-событиях (благо, уже есть о чем говорить). Ну и, конечно, желания и стойкости продолжать начатое дело.





КУПИЛА МАМА КОНИКА!

В детстве будущий дизайнер Сергей Гуринович, наверное, любил раскачиваться ⁽⁴⁾ на деревянной лошадке и, размахивая пластиковой сабелькой, штурмовать бабушкин сервант. Детство, не попрощавшись, ушло, но воспоминания о боевом коне не давали Сергею покоя. Поэтому он с воодушевлением согласился на предложение фирмы «Вензелес» спроектировать детскую лошадку-качалку, использовав оригинальное конструктивное изобретение — механизм, благодаря которому конь не просто раскачивается, но и едет при этом вперед.

И придумал Сергей лошадку себе на радость да детишкам на потеху. Коник у Сергея получился с норовом, быстр да блестящ! Обрадовался дизайнер такой удаче, задумал игрушку множить и богатеть — продавать коника долларов по 20 москалям да монголам. Да не нашлось в Отечестве спонсора, чтобы игрушку в материале изготовить да в тираже выпустить. К тому ж оказалось, что буржуи уже запатентовали подобный образец. И стоит заморская лошадь втридорога. А Сергеева лошадка так и осталась на рисунках да эскизах — не ржет и есть не просит.

- [1] Digital Space «С любовью из Беларуси...»
- [2] Digital Space «Свободные духом люди»
- (З) Adліга «Американские горки»
- (4) Белая Карона «Расслабься»

ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ В КИЕВЕ

В июне в Киеве состоялся второй Международный фестиваль рекламы, который в этом году отличился большим количеством участников, что, по словам его представителя Дины Мины, не пошло ему на пользу. К участию в фестивале допускались лишь работы, созданные за последний год, поэтому общий их уровень был слабее, чем на прошлом фестивале. Среди белорусских участников — привычный список активистов. Пассивность большинства белорусских агентств объясняется тем, что у них нет работ фестивального уровня. Хотя многие участвуют не ради того, чтобы получить призовое место, просто чтобы заявить о себе. В жюри фестива-





ля от Беларуси вошли Андрей Халецкий (креативный директор РА Форте) и Руслан Макаров (креативный директор РА Digital Space). Белорусские участники завоевали 3 первых места (Аdліга, ПинГвин, Альфа-радио), 1 второе и 2 третьих места (Белая Карона), третье место — Радио ВА.

PRO3EHTALIИЯ

Publicity- вот чего не хватало сообществу белорусских дизайнеров на протяжении последних 30 лет. Теперь, после выхода в свет первого выпуска издания «Рго дизайн», информационный вакуум стал наполняться новыми интересными материалами которых оказалось лостаточно, чтобы представить весь спектр дизайн-жизни. Особенно это можно было почувствовать на презентации нашего издания. Она прошла с большим успехом (и не меньшим фуршетом) 25 апреля в Доме литераторов. Более 200 приглашенных, среди которых были представители международных организаций, творческой интеллигенции и бизнеса, весело проводили время, слушая джаз, дегустируя вино от Grantini и потягивая «крыничное» пиво.

Выступали на вечере почетные гости, авторы и участники первого выпуска. В словах Наума Гальперовича, Валерия Гедройца, Олега Сурского, Игоря Герасименко, Татьяны Бембель звучала радость по поводу свершившегося и надежда на счастливую судьбу издания «PRO дизайн». Весь вечер на сцене блистала артистизмом и красотой ведущая Натали Зубрович со своим партнером Стальным Вованом. Овацией был встречен любительский фильм 25-летней давности, снятый «тагачаснымі» студентами – дизайнерами БГТХИ по мотивам американского вестерна и реалий советской жизни. Незабываемым лейством игры жеста, текста и смысла стал перформанс Людмилы Русовой, показанный ею, как всегда, самозабвенно и профессионально. Восхищение публики вызвали и коллекции авангардной молы: «Шейкер» Вани Айплатова (победитель фестивалей «Мамонт» и «Белая амфора") и «Серпентарий» Ольги Тимофеевой-Гайковой. Музыкальный привет акустической гитары Ворошкевича (группа «Крама") был по-джазовому эмоционален и по-домашнему лиричен. Грандиозный показ (49 выходов за 15 минут) моделями агентства «Тамара» миленьких штучек от «Милавицы», придуманных дизайнерами Еленой Митт и Илоной Кончатовой, ввел публику в тихий транс. Подвел итог презентации (короткой речью о пользе печатного слова) президент БСД Дмитрий Сурский.

Revolution в процессе презентации «PROдукта» отечественного дизайна стала возможна благодаря активной спонсорской поддержке таких организаций, как «Крыница», «Белвин», объединение «Вилия», ЗАО «Милавица», «Гете институт интер национес», агентство моделей «Тамара», Польский институт в Минске, «Bulba-records», «Альфа-радио» и многих друзей нашего Союза: Тамары Гончаровой, Юрия Бреуса, Ивана Айплатова, Елены Митт, Людмилы Русовой.

О-go-go - говорят наши коллеги в предвкушении следующих акций, связанных с популяризацией достижений отечественного дизайна. «То ли еще будет!» - вторит им редакция издания. А если вы читаете этот текст в журнале, уже было!



Ровно за 9 мес до н э высокий начальник Архангел Гавриил низвергся на грешную Землю и Пречистую Деву Марию зачал Дух Святой. Через 2000 лет после

Р Х высокое киноначальство РБ благовестило Ирину Кодюкову о принятии ее сценария в производство. И собрала мастерица на все руки Ирина (автор сценария, режиссер и аниматор) группу... Г Гирева осветила то что нарисовал худ А Верещагин Н Попова склеила то что попучилось А Волков нашел музыку шумов Е Зубенко пересчитала смету И повезла Ирина то что вышло в город Тарусу на Всероссийский открытый фестиваль анимационного кино и притащила в стольный град Минск приз «за выдающееся изобразительное решение». Приз три штофа отборной водки, бронзовый мальчик с гусем на змеевике и подлинную картинку Тонино Гуэрра.







КОНКУРС

Конкурс на разработку модели мягкой игрушки, который проводило ОАО СП «Фирма Мальвина», вызвал здоровый ажиотаж среди студентов факультета «Дизайн и ДПИ» БГАИ. 20 молодых дизайнеров представили свои работы для участия в первом туре конкурса. После отбора графических эскизов к работе с материалом были допущены только девять конкурсантов. Они шили и кроили, вязали и вышивали оригинальных зверюшек и невиданных животных. Нестандартным решением отличался «Заяц» студентки кафедры «Дизайн» Наташи Силик, получивший поощрительный приз.

Елиногласно пенами жюри членами жюри первое место было отдано модели «**Бедная овечка»** студентки 3 курса Виктории савенковой. Выразительность формы, удачное конструктивное решение и яркая образность этой работы еще раз , продемонстрирова пи высокий уровень подготовки студентов-дизайнеров и их решимость , лобиваться успехов в будущей







В конце апреля в витебском Культурноделовом центре ОАО КИМ состоялся конкурс-выставка визуальных искусств студентов художественных специальностей РБ «Арт-Сессия 2001». Конкурс, проведенный компанией «Арт Марк» уже в девятый раз, стал такой же приметой культурной жизни города, как Фестиваль современной хореографии и конкурс модельеров-дизайнеров «Белая амфора».

Белорусский союз дизайнеров выступил в качестве одного из спонсоров конкурса: все его лауреаты получили в подарок каталог «Знак-Логотип» и «PRO дизайн». Также в рамках «Арт-Сессии 2001» состоялась витебская презентация издания «PRO дизайн».

Мы поздравляем лауреатов «Арт-Сессии 2001»:

Анастасию Гончарову (3 курс ВГТУ) — "Лубли" (графика)

Дмитрия Игумнова (4 курс БАИ) - "Девушка с яблоками" (живопись). Наталью Марковскую

(4 курс Минского художественного училища им. Глебова) — "Ёлки зимой" (декоративно-прикладное искусство). **Лидию Мельникову** (3 курс ВГТУ) -

'Время?" (авангарл)́ Наталью Конькову (2 курс ВГТУ) —

"Цветовое пространство Белой Руси" (авангард). Дарью Ковалько (БАИ) -"Ностальгия" (живопись). Ольгу Пешко (БАИ) —

"Мастерская художника" (живопись). **Станислава Корейво**, (3 курс ВГТУ) — "Танцы на атомной станции" (живопись) — фото.

Яна Савичева (БАИ) -"Дервиш" (скульптура). **Татьяну Никитину** (2 курс ВГТУ) — "Ага" (визуальный дизайн).

ЦЕСЛЕР И ВОЙЧЕНКО В ЛУВРЕ

Ремонт, как известно, не процесс, а состояние. Находясь в нем, Владимир Цеслер и Сергей Войченко едва не проигнорировали предложение попасть в коллекцию одного из самых престижных музеев мира. Как-то раз в мастерскую к дизайнерам зашел знакомый и заметил вывалившееся из мусорной корзины письмо, написанное не по-русски. Намедни Владимир Цеслер, покрутив неудобочитаемую бумажку в руках и не найдя в ней решительно ничего занятного, просто выкинул ее. , Из перевода выяснилось, что письмо направлено не иначе как из Лувра, которой просит известных белорусских дизайнеров подарить музею плакат «Вудсток. 30 лет. Levi`s». Цеслер свою вину осознал, раскаялся и плакат во Францию отправил.

Осталось еще заделать дыру в почтовом ящике. Вполне вероятно, что письма из Тейт и Гугенхейма из него просто







ГРАФИКИ ПОКАЗАЛИСЬ В ШОМОНЕ

Савиняк, Пари-Клавель, Сонноли... Фестиваль плаката в Шомоне каждый год собирает знаменитых мастеров. В центре внимания нынешнего, 12-го по счету фестиваля -взаимоотношения между заказчиками и графиками, как правило, влияющие на качество работы последних. Никаких парадных лестниц каннского дворца: нервный центр фестиваля старый амбар, который вот уже более века является пристанищем коллекции Густава Дютаи (он завещал ее городу). Просвещенный коллекционер, он восхищался прогрессом и наукой. К слову сказать, именно это увлечение подсказало ему идею «все в экспозицию!» одна из выставок проходила под таким девизом и представляла несколько плакатов, наиболее характерных для только возникшего индустриального мира. Таким было внешнее проявление эпохи, когда всемирные выставки ежегодно демонстрировали нововведения: паровой двигатель, электричество... Единственное во Франции уникальное наследие Шомона каждый год используется с большим умом. В нем не ошиблись! Важность неминуемой встречи с главной экспозицией не доложен затмевать традиционный «ярморочный» эффект иных мероприятий, сопровождающих фестиваль (конкурсы студентов, школьные семинары, ролевые игры).В этот раз на фестивале интересовались заказом процессом, лежащим в основе создания работ. Равнодушие, взаимное презрение, заинтересованность в успехе предприятия, идиллия — отношения, которые завязываются между графиком и его заказчиком и влияют на конечный результат. «Изображение - отражение заказа», - признаются некоторые графики. Эту тему проиллюстрировали 6 экспозиций. Жерар Пари-Клавель в своем проекте «Не поддавайся» сражается с «бедностью знаков», что часто свидетельствует о бедности социальной. Некоторые его решения вписывались в стилистику группы Grapus (он был ее членом в 70-80-е годы), однако его самостоятельные шаги более изыс-

канны: недовольный работой с группой над текущими заказами, он создает на свой страх и риск «отказ от заказа» — антизаказ. Его картины – реакция на происходящее (вездесущность СМИ, нестабильность). Другой французский график, покоривший вершины Шомона, - Савиняк. Его социальная реклама, торговые логотипы, футуристические плакаты демонстрируют «домашнюю» работу - они созданы в Трувиле, где живет график. Подобный путь и у Леонардо Сонноли. Редко встречаются пары «график-заказчик», которые сотрудничали бы больше года. Исключение коллектив «Мы работаем вместе», чья экспозиция свидетельствует о сотрудничестве с городом Дьеп в течение 13 лет. Работа по формуле «Совместное управление глубиной и формой». Такое же взаимопонимание находим и у немецкого графика Свипа Столка (это его первая выставка во Франции) и музея Гронинжера. К несчастью, подобное постоянство встречается редко: графики (особенно французские) сетуют на слабый уровень большинства заказов, которые превращают их в обычных исполнителей. Но вдохновляет следующее изречение самого ангажированного из



них - Жерара Пари-Клавеля: «Я предпочитаю удачный заказ удаче заказа». Его слова заставляют задуматься.

Эммануэль Берар «Beaux Arts» Перевод с французского Марии Русинович

NET-ART ПРИБЛИЖАЕТСЯ К NAMM

Семинар по сетевому искусству «Net-art Meetings in Minsk» проходил 18-22 марта в разных точках города: в галерее «NOVA», студии «ОКО», ЕГУ.Встреча и совместная работа с художниками из Швеции, Германии, Латвии сыграли важную роль в определении нового для белорусских художников понятия «net-art». Ассоциация современного искусства и

координатор проекта Денис Романовский надеялись на то, что живое общение между художниками будет способствовать «сшиванию» белорусской арт-среды.



Опытом лелились швелские хуложники из участников медиа-лаборатории CRAC (http://www.crac.org) - Karin Hansson, Jon Brunberg. Свои работы «Flashfilms» (векторная анимация) показывал немецкий художник Josef Stoehr. Ви-джеи из Латвии Linards Kulles и Voldemars Johansons учили, как организовать VJ-Party.

Подводя итоги NAMM, Денис Романовский сказал: «Приглашая шведских художников, я хотел показать, что сетевое искусство не обязательно связано с Интернетом, и его главные черты – образ коммуникации и сетевое взаимодействие».

Итогом семинара стало открытие рассылки по вопросам современной художественной культуры. Подписаться на рассылку и получить дополнительную информацию об участниках можно на сайте NAMM: http://namm.smufsa.nu

Алиса Бизяева



PRОздравляем!

·5,

Приключение минской богемы на море того же названия

<u>ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ ЦЕСЛЕРА, ИЛИ В 50</u> ВСЕ ТОЛЬКО ПРОДОЛЖАЕТСЯ!»

Не успело ясное солние показаться нал. крышами старого Минска, как во дворе знаменитого дома (а чем он знаменит, догадайтесь с трех раз) стала собираться толпа приглашенных, полуприглашенных и даже посторонних людей! А уж машин и «двухколесных монстров» не счесть! Милиция была проинформирована и поэтому отсутствовала. Ближе к одиннадцати часам переполненный счастьем, подарками и энергией хозяин «дневинки» спустился к своим гостям в окружении «тутэйших» байкеров, музыкантов, художников и дизайнеров. Крики радости долетели до резиденции и, отразившись от стен ее, вернулись обратно. «Автобус подан!» - весело произнес владелец черной банданы и объявил пятиминутную готовность. Кортеж, на-

тов и голубей. В центре - линкор-автобус, рядом «Крайслера"- крейсера и прочие иномарки и по сторонам, словно миноносцы, мотоциклы. На сидениях автобуса «сидели» (но без помощи прокурора) знакомые всем лица: Сазыкина с деревянной пан-флейтой, Лившиц с фотоаппаратом, Войченко с пивом и т.д. Место пикника было нельзя не заметить: запах шурпы и плова притягивал, словно «желтый туман» из детской сказки. Пятьсот шагов по тропинке — и мы все на месте. Мы – это мы, еще не мычащие, в меру пьющие и не утомленные солнцем гости. Огласить весь список не представляется возможным по причине его огромной длины.

Первые стаканчики, первые бутерброды и фирменная селедка а-ля «Малишевский» были съедены в полчаса, и наступило время восточных блюд. Повар (из южных народов) постарался на славу, а гости еще сильнее. Разгоряченные игрой в «спона», байкеры (Хэнк, Спон и) подымали на дыбы своих «стальных» подруг, Роман Иванович спедил за порядком, Сурский и Голубев открыли ледокольный сезон массовым заплывом на короткую дистанцию, Бреус с супругой променадил, Бембель и Балаш беседовали, Цеслер красовался в медном водолазном шлеме (подарок от друзей-подводников) и все угощал, угощал, угощал.

Незаметно наступил вечер. Убрав весь мусор и собрав бутыки (благо, среди гостей были еще и «зеленые"), гости стали разъезжаться – кто в лес, а кто, как дрова. "Зик транзит глория мунди», — говорили отдельные пессимисты. «Алес цузамен нохан маль!» — кричали в лесную даль оптимисты, подавляя своим большинством меланхоликов и флегматиков.



27 мая отпраздновала 55-летие Галина Васильевна Казарновская — декан художественно-технологического факультета ВГТУ, человек в нашей профессии авторитетный и уважаемый.

Галина Васильевна имеет богатую творческую биографию. В 1970 году окончила Московский текстильный институт. В 1973 году ей присвоена степень кандидата технических наук. С 1970 года — участник выставок-ярмарок товаров народного потребления (Москва, Лейпциг, Дели, Минск). В 1988 и 1991 годах — серебряные медали ВДНХ СССР. С 1985 года — зав. кафедрой дизайна, с 1993 года — декан художественно-технологического факультета ВГТУ.



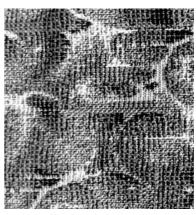
Выпускники факультета, бывшие студенты Галины Васильевны, сегодня работают во многих странах мира и составляют гордость белорусского дизайна. В 1995 году Галина Васильевна удостоена звания « Отличник образования». С 1998 года член Белорусского союза дизайнеров.

1995 — 2000 годы — член жюри конкурсов модельеров-дизайнеров одежды и обуви «Белая амфора». Имеет более 170 публикаций в области проектирования мебельно-декоративных тканей новых структур. Ткани, разработанные Галиной Васильевной, внедрены в производство АТПТ « Оршанский льнокомбинат», ПО «Виттекс», гродненским ПО «Химволокно».

1997, 1998 годы — член Совета по присуждению премий Совета Министров РБ в области дизайна.

Галина Васильевна, редакция издания «PRO дизайн» поздравляет Вас с юбилеем и желает только приятных новостей, искреннего удивления, отличного настроения и







\$2,

<u>АБОНЕНТ НЕ ОТВЕЧАЕТ</u> ИЛИ НЕДОСТУПЕН!

В августе 2000 года компания «Velcom» объявила тендер среди рекламных агентств на разработку идеи для проведения своей рекламной кампании. Условия тендера оформить в виде договора компания отказалась, сославшись на свое доброе имя. Устно были даны гарантии на заключение договора с победителем. РА «Белая Карона» предоставило для участия в тендере несколько оригинальных идей. Один из плакатов. приглашающий пожаловать в GSMстандарт, понравился руководству «Velcom», но выкупить имущественные права на данную разработку компания не сочла нужным.

Через некоторое время «Velcom», который является монополистом на отечественном рынке мобильной цифровой связи, начал массированную рекламную кампанию. Частью ее стали биг борды, которые появились в начале весны на въездах в город. На щитах в другом графическом исполнении воплощена идея рекламного агентства: игра спов — Velcom и Welcome (Добро пожаловать!).

Чтобы восстановить справедливость, «Белая Карона» предложила «Velcom» приобрести имущественные права на данную разработку. На соответствующее письмо, однако, руководство компании «Velcom» ничего не ответило.

В доказательство авторской принадлежности идеи РА «Белая Карона» сохранило представленные на тендер эскизы в запечатанном конверте, отправленном себе же почтой в августе 2000 года.

Эксперты Белорусского союза дизайнеров считают, что компания «Velcom» нарушила «Закон об авторском праве РБ», использовав в рекламных целях идею РА «Белая Карона». Публикация данного материала является ответным шагом рекламного агентства на нежелание компании «Velcom» признаться в совершенном правонарушении.

Очевидно, участвуя в таком предриятии, как тендер, нужно иметь более реальные гарантии, кроме «доброго имени» заказчика. Оно сегодня — пустой звук. Или это звук вашего мобильника?



<u>АВТОМОБИЛИСТЫ И БАНКИРЫ.</u> <u>КТО КРЕПЧЕ?</u>

Локомотивом движения товаров по рынку выступает товарный знак фирмы. Потеря знака может нанести владельцу невосполнимый урон. Вот почему серьезные и грамотные производители относятся к своим знакам очень трепетно и прилагают усилия, необходимые для устранения препятствий. В качестве примера рассмотрим реальную ситуацию.

Джем Банк (1) зарегистрировал свой товарный знак в отношении комплекса банковских услуг. Для этого по итогам конкурса выбрали графическую композицию. С ее учетом утвердили фирменный стиль банка. Знак действует с 1995 г и используется в деловых операциях и в рекламе.

Фирма DaimlerChrysler Services (debis) AG (Berlin, Германия) (2) обслуживает интересы автомобильной корпорации DaimlerChrysler AG (Stuttgart) и владеет товарным знаком, связанным с автомобилями и промышленным оборудованием, их производством, продажей, эксплуатацией и обслуживанием. Этот знак — тоже графическая композиция — охраняется с 1991 г в ряде стран, в том числе и у нас. Фирма посчитала обе композиции сходными до степени смешения. В перечне охраняемых ее знаком товаров и услуг есть финансовые услуги, связанные с автомобилями и промы-

шленным оборудованием, в частности, «выпуск кредитных карточек». Они заявили, что «смешение этих знаков возможно при выдавливании этих фигур на пластиковых кредитных карточках, при обслуживании через магнитные кредитные карточки», и предъявили банку претензии с требованием прекратить использование знака.

Сначала стороны провели переговоры. На требования фирмы банк ответил отказом. Затем спор перешел в Апелляционный совет Белгоспатента. Фирма теперь уже у ведомства потребовала аннулировать знак банка. И здесь банк возражал.

Споры такого рода крайне сложны. Опираясь только на нормы авторского права (без привлечения положений закона о товарных знаках и основ экономического анализа), решить их нельзя. Ситуация только на первый взгляд кажется очевидной. Для ее разрешения понадобилось:

 изучить все возможные варианты юридического обеспечения прав банка, которые были атакованы зарубежной фирмой,

 проанализировать признаки обозначения: внешняя форма, наличие симметрии, смысловое значение (семантика), вид и характер изображений, сочетание цветов и тонов,
 сопоставить охраняемые знаками товары и

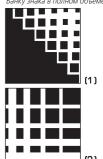
услуги для выявления степени их однородности,

• изучить степень деловой активности и
распространения каждого из знаков на
оспариваемой территории. Пришлось даже
угочнять ситуацию в Германии, на родине
спорящего знака.

В результате совершенных действий было однозначно установлено и неоспоримо доказано, что знаки различаются по изобразительным свойствам и перечнем охраняемых ими услуг. Что касается распространения (потиражных), то DaimlerChrysler Services (debis) AG (Berlin, Германия) использует знак как бы втайне от общества. Нам не удалось найти никаких его следов ни в Беларуси,

ни в Германии, ни во всемирной паутине. Для решения спора потребовалось провести три заседания совета, причем после внесения жалобы Председателю два последних заседания Апелляционный совет работал в новом со-

Окончательно решено оставить требования фирмы DaimlerChrysler Services (debis) AG (Berlin, Германия) без удовлетворения и сохранить действие принадлежащего Джем Банку знака в полном объеме.







ИКОНОПИСЬ СЕГОДНЯ

В Галерее ЕГУ 20 апреля — 13 мая экспонировалась выставка «Иконопись сегодня», приуроченная к празднику Пасхи

В экспозиции были представлены работы иконописных мастерских при Свято-Духовом кафедральном соборе и при Свято-Елисаветинском монастыре в Новинках (большинство из иконописцев — выпускники БАИ или художественного училища им. А.Глебова). Официально мастерские дей-

ДРУГАЯ ЖИЗНЬ. ДРУГОЕ ИСКУССТВО.

Вступая в Белорусский союз дизайнеров, Ирина Демина представила замечательное портфолио. Художница делает невероятные по технике исполнения предметы: сумки, шляпы, куртки, жилеты из натуральной кожи с выжженными рисунками. 12 июля в выставочном зале Музея современного искусства открылась персональная выставка Ирины «Другая жизнь». Кроме декоративных панно из кожи с различными техническими эффектами, автор представила еще и шесть платьев «haute couture» (Странно, разве художница является еще и членом парижской палаты высокой моды?). К сожалению, свою оригинальную технику Ирина на выставке не представила. Натуральная кожа является одним из самых технологичных материалов, позволяющим создавать невероятное количество эффектов. Умение художника работать с материалом очевидно: кожа искусственно состарена, вытерта, протравлена и выкрашена, но эти приемы не являются новаторскими, можно спорить и о конструктивной стороне произведений. Наиболее интересным в этом плане представляется творчество витебского модельера Андрея Пискунова.

Мы надеемся, что Ирина обязательно проявит все грани своего таланта и представит новые работы в оригинальной технике.

ствуют недавно - около двух лет, хотя некоторые из мастеров начали работать поодиночке гораздо раньше до десяти и более лет назад. Знаком выхода из «подполья» явилось объединение их в мастерские, возможность воспитания и введения молодых художников в традицию иконописания.

В связи с особым статусом церковного искусства такая выставка для галереи, представляющей современный художественный процесс, весьма необычна. Икона - объект религиозного почитания. Она создается для того, чтобы сразу по завершении занять определенное, заранее продуманное место в храме или в доме заказчика. Мастер, пишущий образ, как правило, не ставит на нем свою подпись, как это делает на картине художникмирянин, и даже не помышляет о ситуации светской выставки.

Секуляризация общественной жизни обусловила то, что «узаконенной» формой светской презентации икон с конца XIX века стали экспозиции музейных собраний и специализированные выставки из музейных же фондов и частных коллекций, хотя по этому поводу резко и непримиримо высказываются многие известные деятели Церкви и иконописцы. «Что сегодня происходит с церковным искусством? Надо обладать ущербным сознанием, чтобы, например, воспринимать как норму то, что икона, писанная для храма, хранится в музе-

ях, показывается на выставках (я на такие выставки очень неодобрительно смотрю: насколько мне известно, в них принимают участие и те, кто считает себя верующим, и церковные иконописцы – если таковые решаются выставлять свои работы напоказ, ла еще ставят свое имя. - это уже дерзость неслыханная, хотя сейчас все говорят, что действуют по благословению). Вещи сегодня сдвинуты со своего места, переименованы, им навязываются свойства, противные их природе. В новом времени искусство вне христианства вообще не имеет смысла и иметь не может. Ибо лишь вера ставит все на свои места. И художнику, если он хочет восстановить связь времен, придется принять творчество как кенозис, как голгофскую жертву...», - эти слова принадлежат известному иконописцу, иноку Псково-Печерского монастыря архимандриту Зинону (в миру Владимиру Михайловичу Теолору).

В то же время именно в галерее ЕГУ единственного университета в стране, где имеется теологический факультет, где действует Христианский образовательный центр имени святых Кирилла и Мефодия, - появление подобного проекта не только органично и естественно, но и необходимо. По известным историческим причинам в нашей стране была почти утрачена традиция не только собственно иконописи, но и изучения иконы как особого духовно-эстетическо-

го феномена. Физически были уничтожены люди, способные говорить об иконе, изучать икону во всей полноте отношений ее физической и духовной составляющих. Образцовой в этом смысле была и остается фигура о. Павла Флоренского – священника, исследователя, ученого, университетского преподавателя, погибшего в сталинских лагерях. Воспитание специалистов такого уровня — дело многих университетских поколений, но закладывать основание необходимо сейчас. В ЕГУ студенты-теологи и студенты факультета искусств изучают ряд дисциплин, прямо связанных с темой христианского искусства. Выставка «Иконопись сегодня» инспирировала обсуждение на университетской территории разнообразных аспектов этой темы. Глава православной церкви в Беларуси митрополит Филарет на открытии выставки не только назвал ее значимой духовнообразовательной акцией, но и высказал пожелание о продолжении этого начинания в будущем.



Татьяна БЕМБЕЛЬ

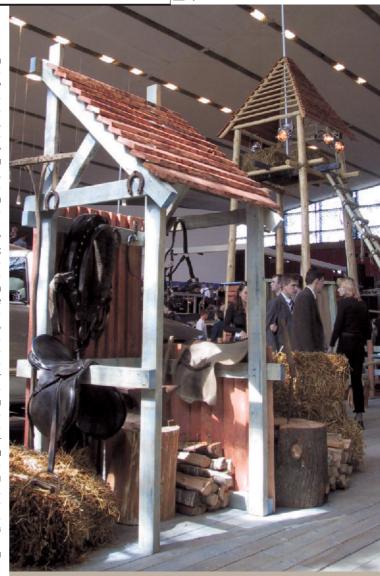
АРХИТЕКТУРА И ДИЗАЙН РАНИЦЫ ВОЗМОЖНОС

охоже, что конфронтация архитектора и дизайнера становится очевидной. Появившись на своем объекте, «обработанном» дизайнером, архитектор сразу видит изменение первоначального замысла, появление «околохудожественного мусора», внесенного несущественными и необязательными дизайнерскими новациями. Недоволен и дизайнер: еще не вникнув в его замысел, архитектор уже нудит об «утрате позиций», потере «чистоты принципов» и норм высокого вкуса. Похоже, эти специалисты собираются вместе, чтобы портить друг другу настроение. Есть ли, однако, объективные основания для взаимного неприятия? Прав ли архитектор, когда высокомерно считает, что он делает главное, а на долю дизайнера оставляет «начинку» — отвратительное слово, если оно используется за пределами кулинарии.

В свою очередь дизайнер заведомо считает подготовленные ему объемы отжившими свое руинами и, пытаясь вдохнуть в них жизнь, может позволить себе игнорировать любой исходный замысел. Так ли, впрочем, все непримиримо? Можно ли разграничить задачи этих специалистов? Рабочим понятием архитектора является категория пространства - некое профессиональное представление, позволяющее придавать среде обитания человека задуманный порядок, организованность, гармонию, решать должные функциональные задачи. Оперируя столь емкой категорией, архитектор не учитывает, «не опускается» в профессиональных манипуляциях до уровня человека-индивидуума. Человек, ради которого формируется это пространство, выступает для архитектора в виде человека-обобщения, человека-абстракции: как единица масштаба, как атом, собирающийся в потоки на пешеходных трассах, или как носитель неких выбранных точек зрения, с которых желательно обозревать задуманную архитектором красотищу. Даже если архитектор дотошно организует кухню, скрупулезно расставляя оборудование, отвечая всем движениям и манипуляциям хозяйки, эта хозяйка для него — тоже абстракция: обобщенная единица с усредненной длиной рук и ног, нормированного роста и конфигурации зрительного поля, но, безусловно, лишенная индивидуальности и собственного характера. И это естественно: невозможно представить себе архитектора, меняющего в многоквартирном доме пространственные решения в угоду хозяину каждой квартиры. Было бы не до архитектуры.

То же – в общественных зданиях. Они встраиваются в площади и улицы с уже сложившейся пространственной организацией, решают многообразные функциональные задачи, принимают и отдают обратно потоки посетителей (служащих, эксплуатационников, зрителей).

Пространство, сформированное для этих целей, должно одинаково полно отвечать всем потребителям, не деля их на своих, инакомыслящих, «совков» или категории, выделенные по любому другому признаку, поэтому и здесь дело не доходит до человека-индивидуума. Иное дело — дизайнер. Работая в среде, как правило, уже сформированной архитектором, он «затачивает» ее под конкретного потребителя, учитывает индивидуальные вкусы, угадывает невысказанные пожелания. Абстракция у ди-



зайнера уступает место конкретике, реализуясь затем в неповторимом многообразии индивидуальных решений.

Уточняем: если архитектор в квартире по-особому красит стены, с позиций высокого вкуса рекомендует хозяевам безусловно хорошие картины, модели мебели или типы напольных покрытий – он еще не работает как дизайнер. Этим он лишь уточняет, доводит до конца общеархитектурную трактовку пространства. Конечно, в какой-то мере – это тоже выход на потребителя, ведь каждый потребитель носит в себе устоявшиеся в культуре пространственные представления: все мы, дети одной нации, держим в себе архети-

(1)(2) Архитектурное . атепье А. Трусова

пические представления об отпущенном нам пространстве и узнаем его, если оно сформировано по нашим меркам, на нашей земле, «нашим» архитектором, т.е. архитектором, не слишком далеко уведенным в сторому западными (восточными, северными) концепциями и школами. Но этот подход к потребителю архитектор осуществляет как-бы «извне», снаружи, со стороны традиций и архетипов, пришедших к нам историческими путями или доставшихся нам генетически. Архитектор, иначе говоря, формируя пространство, тоже вроде бы работает с потребителем. Но попробовал бы он этого не делать! Ведь он - носитель тех же архетипов, они общие у всей нашии. И потребитель откликается на это общее, которое, кстати, содержит не только неявные потребительские ощущения пространства, есть там и вполне ощутимые «образ», наверное даже «гармония». И многое другое, раз оно, это общее (напоминаю, речь идет о пространстве), формировалось рядом с только что названными понятиями. Попробуйте сказать архитектору, что он не работает с образом! Его возмущение будет обоснованным. Но на образ архитектор влияет в той мере, в какой архитектурный образ может быть выражен пространственными средствами нументальность, гражданственность, интимность, региональность). До образности, затребованной личностью, развитой индивидуальностью, у архитектора дело еще никогда не доходило. Такое вот уточнение, даже повтор. Домводопад Ф.Л.Райта — это образ под заказчика или все-таки под пространственную концепцию? Очень похоже что последнее. Дизайнер работает прямо противоположным методом. Он знакомится с потребителем и, в зависимости от тонкости проникновения в его индивидуальность, предлагает ему визуализировать ряд ролей, которые тот уже играет, или, скорее, желает играть на современной «культурной сцене». Сложность этой работы в том, что потребитель не осознает ролевости своего поведения, а если и осознает, то далеко не всегда желает декларировать ее. Хотя в своем пространстве, безусловно, своей роли соответствовать хочет. Чаще

же он не отдает отчет, что одним ликом предстает перед сослуживцами, другую роль играет в семье, третья раскрывается в его клубной жизни. Ролей гораздо больше, в том числе и в воображаемых пространствах, вызванных миром художественной литературы, просмотрами фильмов, воспоминаниями о лицах другого пола и так далее, до бесконечности

Игорь Герасименко

На основе сказанного уже можно давать определения. Так вот: выбрать роль, для которой архитектурное пространство должно стать сове но пригодной декорацией, — задача дизайнера. Понятно, что вслед за тем эту декорацию необходимо выстроить. Но именно «вслед за тем», а не «до того». Никаких абстракций.

А тогда на стенах могут повиснуть не хорошие (с позиций высокого вкуса) а «плохие» картины (т е. такие, каких требует роль), покрытие будет не но, а содрано до бетона, фарфоров **УНИТАЗ БУДЕТ СНЯТ И ЗАМЕНЕН МЕТАЛЛИЧЕСКИМ** голчком из пассажирского вагона — так правила игры могут сработать в определенном конкрет-

Понятно, что на практике картина не бывает столь чистой. Ведь есть еще и конформность: потребитель, желая утверждать свое личностное начало, вовсе не желает перейти некую грань и «вывалиться» из окружения. быть отторгнутым или два он с упоением будет трубить на металлическом унитазе, а потом вернется к фарфоровому. В частности, это будет означать, что дизайнер не справился со своей миссией: он учел только крайности, не приняв к сведению все сложности, «лепящие душу» его подопечного. Ведь существенны и вкусы домочадцев, советы друзей, формирование представлений «по аналогии», т.е. от увиденног подсмотренного у соседа. Дизайнер умеет этому противостоять, он знает, что заказчика надо вес ти, иначе решение будет «как всегда». В общем, ложная это работа.

В общественных сооружениях проблем не меньше. Помимо архитектурного пространства и многообразных функциональных связей есть еще история, традиции, особый местный культурный колорит. Здесь диктует не местный хозяин (надо добиваться, чтобы он и не возникал), а место. А тогда...

Формируя любое общественное здание в Витебске, вряд ли правильно не учитывать имевший здесь место всплеск художественной жизни в начале века и «запущенный» отсюда в мир особый художественный язык, ныне эксплуатируемый повсеместно.

Задумывая оформление общественного здания в Мяделе, вряд ли допустимо забыть живших здесь представителей итальянского дома Сфорца в лице королевы Боны, правившей этими землями. А это означает королевский двор, замок, яркие образы прошлого.

И так везде: внешняя среда — не хорошо знакомая нам преснятина, проецируемая на сетчатку нашего глаза. Бесконечно множить эту проекцию - только дискредитировать профессию.

Внешняя среда — это глубинная, и пространственная, и временная композиция, для воссоздания которой должны быть привлечены самые неординарные профессиональные средства, ведь необходимо включить все: не только зрение, но и память, и слух, и осязание. Именно поэтому труд дизайнера организуется и направляется так называемой дизайнерской концепцией — «совокупностью художественных образов и средств их реализации». Именно эти образы - говорящие свидетели истории, должны актуализировать мир, присущий именно этому месту и сделать это не в отсчете от «вчера» или «сегодня,» а от «задолго до того» и намного позже этого, т.е. в расчете на «всегда».

∎ем самым мы подошли к «средствам реализации», к той самой субстанции, которая резко отличается у дизайнера от средств деятельности архитектора

Раз пространство уже как-то организовано архитектором, «неосвоенным» осталось «тело», т.е. сам объект, или предмет, или еще какая заблудившаяся в пространстве материальная форма. Речь не идет о работе архитектора с его объектом, т.е. с телом собственно архитектурного сооружения, и уже понятно, почему. Да потому, что это уже знакомая нам, по принятой в этом тексте терминологии, абстракция. Как бы ни аранжировал архитектор объемы и фасады своего здания, скажем, элементами ордерной системы, с человеком его архитектура связана только через категорию масштабности, с другими элементами ансамбля – тоже. «Громадье» архитектурных задач не позволяет включать в ансамбль человека, разве что толпу – для этого ансамблем предусмотрена площадь, курдонер, сквер. Т. е. в третий раз повторим мысль о том, что даже аранжируя свой объект, архитектор лишь уточняет организацию пространства. Ему не до людей. Возвращапластику он и в кирпиче «вытянул», по-

емся к неосвоенному средствами архитектуры субстрату – материальному объекту, «телу», даже «телам» – неким материальным формам, насыщающим организованное архитектором пространство. Все это множество удобно обобщить знакомым нам словом «материал». Архитектор часто несвободен в выборе материала и вынужден принимать его как данность. Нужно учесть,

«Архитектура и дизайн – границы возможностей»



что выбор материала у архитектора к тому же совсем не богат и достаточно традиционен. Следовательно, уже давно отработан набор форм, свойственный этому или иному материалу, правомерно признать, что архитектор и с материалом научился работать как с некоей абстракцией. (Э. Мендельсону не показалась убийственной замена железобетона на кирпичную кладку – речь идет о его «башне Эйнштейна». Нужную тому что характер пластики не был продиктован материалом. А если для Э.Мендельсона материал не диктует форму, тогда, извините, его ни для кого из архитекторов не существует. Его и нет). Дизайнер на такое отношение к материалу не имеет права, ибо, чтобы включить восприятие потребителя, дизайнер лолжен знать «контактные» свойства материалов. Их цвета, фактуры и текстуры, их отражающие свойства, т.е. жизнь материала в потоке света, терпимость материалов по отношению друг к другу. А ощущения человека от соприкосновения с материалами, их «теплота» или «холодность»? А есть еще и нераскрытые свойства материалов, но уже затребованные созревшим потребителем. Их надо раскрыть, рассекретить. Специфическая работа с материалами - особенность работы дизайнера, невостребоархитектурным проектированием в силу особенности этого труда, его ориентации на абстракции. Дизайнер же берет у материала не внешнюю форму, не данность, а его свойства. Эту разницу надо осознавать. И если нужных свойств не хватает, дизайнер идет на производство и соответствующими технологическими операциями «выбивает» эти свойства из материала, из изделия, манипулируя его светом, цветом, тактильными ощущениями. Скажем, если в металлическом листе делается перфорация и потом этим листом оборачивается колонна, значит в середине зала не форма с дырками нужна, а некое свойство - губчатость, проницаемость, что-то такое эдакое... Дизайнер обучен обогащать палитру свойствами а не формами насыщать пространство конкретными признаками, качествами, придавать ему индивидуальность. Только тогда у дизайнера есть шанс «попасть» в своего потребителя. Соответственно, механизм «наводки» на потребителя находится в его творческом методе. А когда архитектор копирует дырчатую форму, ориентируясь на собственно форму, а не на свойство — он тоже прав, но ...как архитектор. Ведь форма для него - средство организации пространства. Можно и дырчатость запузырить. Пространство отреагирует.

Но архитектор лишен счастья брать работу с материалом на себя. Материал, как живой организм, остался за пределами видения профессионального архитектора — нет ни базы, ни инструментария, ни, скажем так, образования, т.е. навыков и, как следствие. интереса к этой стороне формотворческой деятель ности, желания реализовать себя, распоряжаясь именно этим сугубо профессиональным каналом.

рестоматийный пример с гнутоклееной мебелью Алвара Аалто, кажется, говорит о противоположном - в работу с материалом может включаться и архитектор. Но массовая мебель, как и архитектурное пространство, не для индивидуального потребителя, хотя Аалто с технологией уже работает. А раз он работает, сможет работать и другой. И сможет делать не формы, а продуцировать свойства (если, конечно, осознает разницу). Сможет, но не захочет: это иной тип мышления, другой инструментарий, отличающийся организацией рабочего места и рабочего процесса. «Авторским контролем» тут не обойдешься. Нет, архитектор не включится в этот тип работы. Ведь кто и когда в таком случае будет решать собственно архитектурные задачи?

Для большей ясности надо уточнить еще один момент. В прошлом архитектор справлялся и с пространством, и с тем, что мы обобщаем ныне под термином «дизайн». И мебель, и гобелены, и рисунок полов, и освещение не формировались без него, и достаточно часто выполнялись непосредственно архитектурным эскизам. Что за изменения требуют сегодня обязательного подключения дизайнера?

Эти изменения лежат за пределами собственно архитектурной формы. Кардинальные изменения произошли в сфере культуры. Дизайнер и его творчество феномены периода цивилизации. Традиционной культуре было достаточно одного автора: стереотипы формы в традиционной культуре – общие, роли жестко расписанные, завязанные на сословные различия, материалы и жанры искусства - определенные, технологии исполнения — устоявшиеся. Вот уж где было не до нарушения категории общественного вкуса, и ее величество «норму» одинаково блюли все касты — и жрецов искусства, и внимающих им (диктующих им) потребителей. При этой жесткости у произведения могло и вовсе не быть автора. Или автором мог выступить заказчик. Потому так много осталось от прошлого безымянных про-





изведений — не хуже и не лучше произведений с авторским почерком. Строительное дело, конечно, требовало профессионала, инженерия никогда не терпела дилетантизма. Но отношения между авторами и исполнителями были понятнее, нежели сегодня. И если архитектор формировал «архитектурное «тело», тем самым раздвигая уготованное человеку пространство, этим пространством, как вакуумом, тут же втягивалось все культурообусловленное насыщение: знакомая мебель, привычные гобелены и так лапее вплоть ло поспелних мелочей. Дизайнер не был нужен, хватало ремесленников с производством, жестко ориентированным на нормы общественного вкуса. Сегодня культурная жизнь немыслима без дизайнерского смыслообразования. Традиционная культура отступила, средства массовой информации постоянно формируют новые стереотипы (и формы, и пространства, и поведения), множат роли, как-то вырабатывают нестандартные мотивации - и в поведении, и в сфере предметной организации мира. Соответственно, множатся и разрастаются авторские концепции, отвечающие этим процессам или упреждающие их. Именно этими путями многообразные свойства новых (или по-новому рассекреченных) материалов собираются в развитые смысловые конструкции (тер-«смыслообразование», употребленный несколькими строками ранее, отсюда). И все это ради потребителя нового типа, потребителя, который (сошлюсь на мнение известного дизайнера и архитектора А. Бранци) уже давно утратил потребительскую невинность и, как великий мистификатор, сам пишет сюжеты своих отношений со средой. Кажется, собака зарыта именно здесь. Собака эта - потребность в дизайне, спрос на дизайн - вполне самостоятельная тема размышлений, и о ней лучше поподробнее, но в другой раз. И, действительно, достаточно посмотреть журнал «Салон», чтобы убедиться - современная организация интерьера утвердилась в жизни вопреки архитектрным канонам организации

пространства. Налицо полное отсутствие «правды» - традиционного представления архитектора о чистоте выражения основной, пространственной идеи архитектурного организма. В действительности правда, может, и не ушла. Только разглядеть ее все сложнее. Цивилизация заполнила все поры и нет ныне пространств — ни реальных, ни вымышленных — свободных от ее влияния. Обусловленностью этого процесса и питается дизайн-деятельность, инициируемая в том числе и дизайнером паразитом на теле традиционной культуры (скажем помягче — лишним элементом в традиционной культуре), но очень существенным звеном современной организации мира.

Зарубежный опыт показателен: достаточно часто можно наблюдать архитектурные ансамбли, построенные по дизайнерскому, а не архитектурному стан ларту: в олном фасале, застекленном светло-коричневым, отражается другой, расчетливо поставле под углом к первому, со стеклами своего цвета. Оба здания интересны во взаимном отражении. Случается, и третье, и четвертое участвуют в этой игре. Меж ду фасадами тесно, пространства нет, и вся интрига - в отражениях. Ансамбль лемонстрирует нам не организацию пространства, а нечто другое — игру свойствами. Это — дизайн. А представьте себе совершенно реалистичную для сегодняшней техники ситуацию: над кварталом, общественным сквером, другой территорией простирается купол. Снимается вопрос с ложлями, снегами, ветрами. А в результате нет крыш, нет тяжелых стеновых материалов, все формируется сверхлегкими теплозащитными панелями, которых сегодня так много. И светопрозрачных материалов в достатке, и звукопоглощающих. И все это без фундаментов можно ставить прямо на грунт. И. самое главное. — навык в работе с этими материалами, с их свойствами — не у архитектора в руках, а v дизайнера. Вот вам и революция, только не в архитектуре — о ней никто и не вспомнит. Революция в формировании среды. Новая, восприимчивая к сегодняшним значениям среда, сформированная совре менными средствами! Интерьеры журнала «Салон» выходят на улицы! И никуда от этого процесса не деться! И купола над кварталом не надо — все будет

Припоминаю, как однажды в оперном театре стал свидетелем уникального действа. Балетная пара отрабатывала номер: балерина разбегалась, взлетала ввысь и с красивым поворотом опускалась на руки партнера. Уникальность того номера заключалась не в описанном порядке движений — он в балете давно известен, а в том, что партнер, ожидая разбега и полета, потерял нить действия, заигрался в позах, забыл про соли-

стку и в нужный момент не принял ее в свои руки. Надеюсь, что тогда обошлось без травм, но этот жесткий, не по тону статьи, пример понадобился мне для разъяснения своей позиции. А именно: архитектура сегодня — это тот самый солист, слушающий лишь себя, принимающий позы под классический аккомпанемент, лепящий свой образ вопреки всему, что происходит вокруг. И как повлиять на самомнение архитектора, утверждающего (правда, при пустой аудитории), что архитектура и сегодня может и то, и это. А ведь уже не может, не может!!! С утратой заказчика прежнего типа, с появлением заказчика-ин-



дивидуалиста архитектура потеряла свое лицо и никак не может обрести его вновь. Иногда кажется, что и не хочет. И как же перестроить профессию, чтобы она соответствовала времени? Как? Или просто ввести в архитектурный норматив труд паразита-дизайнера с его «носом по ветру»? В общем, проблема есть. Зовем чукчу и думаем...

> И наконец последнее, как принято говорить, «последнее по порядку, но не по значимости». Почему, работая в интерьере, дизайнер остервенело выставляет вертикали, следит за плоскостностью, высчитывает кратность плиточного покрытия, соблюдает радиусность, разбивает свет…всего не перечислить — почему? Тем самым он отрицает, стирает, разбивает свет…всего не перечислить — почему? Тем самым он отрицает, стирает, разбивает с их салатными и малиновыми цветами, точностями «на глазок», с их покровительственными интонациями и, наконец, постоянным желанием научить нас, как делать «красиво».

Дизайнеру давно не до «живописности» при распоряжении материалами — современные сюжеты требуют совершенно другой палитры. Еще бы: отрабатывается не стандартная, определенная традиционными ограничениями, роль, а уникальная — твоя, моя, личностная!











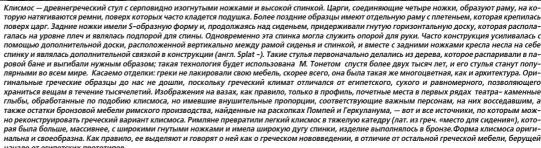




«Весло — это весло. Трудно сделать его по-другому. Пытаются выдумать велосипед, но первый был гораздо красивее. Идея все равно та же». В Малжистетти

Klisia — ион. (Kline),1). шатёр, палатка, эп. Поэт; 2), ложе брачное, ложе за столом, место за столом; 3), эп. = klismos, стул.





В V веке до н.э. это изделие становится вдруг очень популярным, с этого времени оно появляется на рисунках в росписях ваз. Конечно, сама форма, столь оригинальная, все же имеет свои прототипы в египетской и месопотамской мебели, может, правда, не такие очевидные. Два разных вида мебели (трона): один на изогнутых ножках, задние ножки которого заканчиваются вверху лебедиными головами (мотив, популярный в начале XIX века), другой — на точеных ножках, но с гнутой спинкой, которая является одновременно опорой для рук. В клисмосе все это гармонично соединяется (плюс технология гнутья) в четкую, архитектоничную форму, где конструкция сама по себе настолько выразительна и декоративна, что не требует никаких дополнительных украшений. Предназначались такие стулья для комфортабельного сидения. Иногда для удобства к ним подставлялись скамеечки для ног. Как правило, в словарях он упоминается как стул для женщин, но изображения на вазах и в скульптуре не дают этому подтверждения, поскольку на стуле восседают и мужчины и женщины. Чаще всего за игрой на музыкальных инструментах, либо за какой-нибудь ремесленной работой. Женским его определили, по-видимому, из-за утонченных пропорций. В отличие от другой мебели, которая была преимущественно тронного типа, клисмос был просто сидением для всех. Он не был ни торжественным троном, ни грубым табуретом- он был красивым по форме и «свободным» по предназначению. И мог достойно нести гражданина греческого полиса, не опуская его до уровня рабов и не вознося до уровня тиранов. После падения Римской империи клисмос снова появляется на сцене в середине XVIII века. Интерес к античности пробудился еще в XIV веке, как только брожение народов более или менее успокоилось и люди, обустроившись, смогли осмотреться. Но эпоха XIV — XV веков, эпоха Возрождения, больше интересовалась духовным наследием и тем, что видно невооруженным глазом, — архитектурой. В эпоху Просвещения и рационального мышления людей волнуют более вещественные доказательства. Теория подражания, описанная Винкельманом и положенная в основу концепции классицизма, требует образцов для этого самого подражания. Начавшиеся в XVIII веке раскопки Помпей, а позже Геркуланума, в котором, в отличие от Помпей, сохранилось деревянное перекрытие крыш, а значит и внутреннее убранство, — поставляют избыток информации. Мода на греческое











[1]>













вспыхивает и, перемешиваясь с рококо и шинуазри, — дает новые формы в мебельном искусстве. Во Франции популярность стиля «а la Greec» инициируется мадам Рекомье. Давид, известный живописец того времени, побывавший в Италии, делает эскизы мебели, которая создается в мастерской Жакоба. Датские архитекторы Герман Фрэунд(Freund 1786-1840),Николай Абильгаард(Abilgaard 1743-1809), Джорген Роад(Roed 1808-1888), вдохновленные образцами древнеримской мебели, делают свои реконструкции клисмоса. Гнутая спинка и саблевидные ножки — впервые и навсегда становятся незаменимыми в европейской мебели. По такой схеме построены самые расхожие образцы мебели классицизма, ампира, бидермайера. В эпоху ампира после похода Наполеона в Египет, принёсшего множество трофеев, вспыхивает мода на египетское и клисмос обрастает львами и грифонами. От клисмоса остаются «рожки да ножки». Известный автор-мебельщик Михаэль Тонет, который занимался производством гнутой мебели, в 1830 году выпускает свой знаменитый стул № 14. Такая форма как нельзя лучше годилась для производства. Так что ее можно считать началом новой эры вещей, изготовленных промышленным способом и обладающих высокохудожественными качествами. До этого мебель такого класса считалась дешевой, уродливой и никудышной, а сейчас эта вещь коллекционируется музеями. Такие элементы, как изогнутая спинка и саблевидные ножки, широко используются в современной промышленности и стали неотьемлемой частью конструктивной схемы многих современных моделей. Для того, чтобы идея продолжала жить и волновать умы, ее время от времени необходимо воплощать в первоначальном виде. В 1998 году на ежегодной выставке «Abitare il tempo» (г.Верона, Италия) в павильоне, посвященном классике, были выставлены два клисмоса датских архитекторов VIII-XIX веков. Фреунда и Абильгаарда. Реконструкции сделаны по их чертежам и реализованы в дереве. Клисмос Абильгаарда, скорее всего, происходит от римского бронзового оригинала. В 2001 году, будучи ассистентом-стажером при кафедре «Интерьер и оборудование» БАИ и апробируя на практике метод ретроспективного проектирования (заключающегося в глубоком изучении форм и их происхождения, изменений, происходящих с вещами во времени и пространстве), я пришел к решению сделать свою версию клисмоса

До этого были попытки сделать его со студентами. В этом исследовании изначально была принята установка приблизиться к наиболее архаичной деревянной конструкции, которая отличалась от предыдущих реконструкций, как куросы и коры отличаются от работ Фидия. После обработки ил. стративной и литературной информации по данному вопросу, собиравшейся по крупицам из различных источников, составления таблиц необходи-мых для выявления разницы в интепретации клисмоса в разные времена и в разных странах), нескольких макетов из бумаги в натуральную величину стал проступать желаемый образ. Потом последовало изготовление матриц и пуансонов для спинки и ножек. Техника гнутья цельной древесины по техническим причинам была недоступна, поэтому заготовки гнулись из лущеного шпона, что сделало их еще более прочными. Законченное изделие демонстрировалось 12 июня на защите ассистентов-стажеров в музее БАИ и будет выставлено еще раз в ноябре. Что касается причин, побудивших меня заняться реконструкцией клисмоса, их множество, но в итоге будь то график, живописец, архитектор или мебельщик, был бы он художником меня заняться реконструкцией клисмоса, их множество, но в итоге оудь то график, живописец, архитектор или меоельщик, оыл оы он кудожником, цель одна — создавать красоту. И, вспоминая спова В. Маджистретти, можно съзать, что каждый спедующий велосипед все равно обладет своей Нефовторимаринаринарина с принего арфиста. 3 — 2 тыс. до н. э. • Стела Гегесо. V век. до н. э. • Сидение гронного типа, Месопотамия. • Фрагмент росписи вазы. V век до н. э. • «Прощание с воином», роспись лекифа. V век до н. э. • Nikolai Abraham Abilgaard. Реконструкция древнегреческого клисмоса. Конец XVIII века. • Томас Хоуп, кресло в греческо-египетском стиле, к. VIII века • Кресло с подлокотниками, 1800 • Два стула, 1790-1792 (спева), мастерская Жакоба, 1826 (справа) • Ампирное кресло, Франция, 1800 • Кресло, мастерская Жакоба, к. VIII века. • Кресло из собрания Эрмитажа, к. VIII века • Кресло (кабриолет), н. XIX в. • «Дешевый стул» М. Тонета, сокращенный вариант боппардской модели №1, 1842. • № 14 Братья Тонет, 1870 • Стул, Мексика, сер. XIX века • Переносной стул, плетенье, XIX века • Адольф Лоос, трёногий табурет, 1906-1910 • Джеральд Саммер, 1806. толет, 1979 - Сул, мексима, сер. Аль еска твересской стул, плетелве, аль века - насивалност, греской и тасурет, 1990-1910 - джеральд саммер кресло из гнутой фанеры, 1934 - Стул из одной доски, Братья Тонет, 1900 Стул, датская школа, 1950-е • Cornu et Malcourant, стул «Олимпия», 1986. Робин Дэй, стул «Hillestak», 1950 • А. Меда, стул «Light-Light», 1989













ПСИХОЛОГИЯ





(1) (7)(9) (3) (8) (2) (5)(6)

. Ольга Сиянова Архитектурное ателье

Юрий Захаров

Способность архитектора или художника преуспеть в наше время прямо зависит от умения строить отношения с заказчиком, учитывать индивидуальные особенности его личности и использовать их во благо дела, преодолевать барьеры непонимания, добиваясь адекватного восприятия своего замысла. Для этого необходимо активизировать собственные сильные стороны и постараться учесть и понять его предпочтения и особенности восприятия. Поэтому ключевым моментом для понимания заказчика может стать «типоведение». Наука о человеческих типах имеет более чем 60-летнюю историю. Швейцарский психиатр и психолог К.Г.Юнг (1875 - 1961 годы.) высказал мысль о том, что поведение человека носит неслучайный характер и, следовательно, поддается классифицированию. Последователи Юнга Катарина и Изабель Бригг-Майерс создали «Индикатор типов Майерс-Бриггс», получивший большую популярность. Однако наиболее подходящими к специфике отношений «архитектор и заказчик» являются взгляды профессора Калифорнийского университета Дэвида Крейси, который углубил научное понимание и определение «психологических типов» и основные правила успешных взаимоотношений с ними:

- не пытайся изменить другого человека, если видишь, что он отличается от тебя:
- не удивляйся, если он не следует тому, что ты считаешь образцом;
- постарайся понять и оценить положительные черты характера человека, с которым ты общаешься.

Основные положения типологии Крейси определяются четырьмя предпочтениями различных психологических типов: первое имеет отношение к тому, откуда вы черпаете свою энергию: из внешнего мира (экстравертный) или внутри себя (интравертный); второе связано с тем, как вы воспринимаете информацию о мире — дословно и последовательно (сенсорный) или фигурально и произвольно (интуитивный); третье относится к тому, как вы принимаете решения — объективно и беспристрастно (мыслительный) или субъективно и межличностно (чувствующий); четвертое имеет непосредственное отношение к вашему образу жизни — предпочитаете ли вы быть решительным и методичным (решающий) или уступчивым и непосредственным (воспринимающий). Архитектурная графика распо-лагает разнообразными средствами, моделирующими объект. Одни из этих средств опирают-

ся на особенности сенсорной организации человека (то есть на работу системы его органов чувств), другие включают смысловые элементы. Можно предположить, что мыслительный, решаюсенсорный психологические типы заказчиков будут более восприимчивы к смысловым средствам художественного выражения, в то же время чувствующие, интуитивные и ощущающие типы будут опираться в оценке графического материала на сенсорные средства. Архитектор, владеющий информацией о психологическом типе заказчика, должен предста-вить изображение, облегчающее восприятие, поэтому важно зафиксировать графические составляющие инливидуального воздействия. При этом выбор средств архитектурной графики может стать основой

для плодотворного диалога между автором и заказчиком. При работе с любым психологическим типом правильно будет использовать все средства художественного выражения. Задача архитектора состоит лишь в том, чтобы точно угадать их количественное соотношение. Рассмотрим особенности подачи графического материала с учетом психологического типа заказчика на примере интерьеров жилья.

1. Люди, склонные к интуитивному способу восприятия информации, легче усваивают изображение с преобладанием цвета, тон оценивается как вспомогательное средство

воздействия, линия же выступает в роли подчиненного. Работая в цвете, не следует навязывать заказчику сложные цветовые отношения, достаточно использовать открытые, яркие цвета или же внести насыщенные акценты в сближенную хроматическую гармонию. Тон лучше применять для изображения светотеневых контрастов, падающих теней или подчеркивания формы, но не для выявления фактуры или материала. Линия служит только для поддержания контура и позволяет воспринимать силуэт не как линейное образование, а как самостоятельное изображение. Заказчик интуитивного психологического типа стре-



мится охватить все одним взглядом. Ему необходима недосказанность, таинственность, «свободное поле деятельности», на котором он мог бы дать выход своему живому воображению. (5) (6)

2. Заказчик, склонный к чувственному способу восприятия информации, лучше поймет графику, где главенствует цвет, тон вспомогательное средство воздействия, а линия подчинена. «Чувствующие» легко воспримут насыщенные, яркие цвета, носящие «взрывной» характер, и также сложные цветовые отношения. Цвет является активным компонентом художественного образа, средством выявления содержания, пластики и предметной формы, неотъемлемой частью восприятия графической информации, так как у чувствующих «форма без цвета — все равно, что тело без души». Тон не просто подчеркивает форму, он может отражать затемненность или освещенность поверхности, работать в качестве эффективного способа выявления воздушной перспективы. Активное использование тона поможет «чувствующему», так как любое сильное воздействие опускает его в мир аффекта, только пройдя через который он способен воспринимать. Линия служит основой построения изображения,

в том числе тонового и цветового, участвует в формообразовании предметов. Если же говорить о графической подаче проекта в целом, то для заказчиков, относящихся к чувствующему психологическому типу, очень важно воспринять и как бы «пропустить» через себя художественную атмосферу всего изображения, с одной стороны, и насладиться стилистическими деталями, с другой.

(1)(7)(9)

3. Заказчик «ощущающего» типа лучше усваивает изображение, основную составляющую которого занимает тон, а цвет и линия являются вспомогательными средствами воздействия. Использование тона в данном случае дает возможность передать величину, вес, фактуру, текстуру формы, что имеет большое значение для раскрытия и демонстрации многочис-

ленных характеристик проектируемого интерьера. Линия при работе с таким заказчиком призвана быть самостоятельным художественным средством, как и у заказчика «интуитивного типа», но, в отличие от последнего, она не только поддерживает контур, а является носителем стиля. Эскизы могут представлять собой и лаконичные наброски, выполненные контурной линией и несколькими штрихами, или сравнительно сложные штриховки, переходящие в тон. Главное для «ощущающего» — возможность различать материальность представленных форм. Цвет в





такой графической подаче используется как отражатель объективных характеристик интерьера, его предметного окружения. При рассмотрении заказчиком ощущающего психологического типа графических вариантов подачи проекта ему необходимо: во-первых, убедиться, что этих вариантов много, так как «ощущающие» расположены к поиску альтернатив и различных подходов; во-вторых, следует стремиться, чтобы он непременно ощутил физически ваше изображение, как если бы он уже шел по ковру или держался за дверную ручку. И, в-третьих, заказчик, относящийся к ощущающему психологическому типу личности, останется полностью удовлетворен, если наряду с графической подачей перед ним окажутся образцы напольных, мебельных покрытий, то есть всего того, к чему можно прикоснуться. Ведь нам хорошо известно, что такой заказчик воспринимает то, что способно вызывать ощущения. (3) (8)

4. Заказчик, склонный к сенсорному способу восприятия информации, так же, как и «ощущающий», предпочитает изображение, где главное место занимает тон, а цвет и линия являются вспомогательными средствами воздействия. Но в отличие от «ощущающих» тон помогает «сенсорным» и моделировать ситуации, где освещение, положение в пространстве наиболее выгодно выявляют именно саму форму элементов проектируемого интерьера, а не ее многочисленные свойства. Линия призвана передавать содержательную информацию о размере, массе, форме и ракурсе объекта, а также подчеркивать индивидуальные особенности конструктивной стороны предметов. То есть она, как и тон, направлена на формообразование и построение воздушного пространства. Цвету отведена роль «средства-транквилизатора», уравновешивающего изображение. В работе с заказчиком, принадлежащим к сенсорному психологическому типу, не старайтесь использовать яркие, всепоглощающие цвета, так как, в отличие от «чувствующих», они помешают ему увидеть перед собой ясную картину. Итак, исхолите из того, что ваше графическое решение должно быть простым в исполнении и практичным по содержанию, ведь «сенсорный» не выносит состояния мечтательности. Главное в такой подаче — лаконичность. где все средства художественного выражения строго подчинены друг другу. Также не предлагайте такому заказчику множество вариантов сразу, как это было в общении с «ощущающим», так как его слабое место недальновидность. Он может принять вас за человека, который сам не знает, чего хочет, и надеяться на доверие уже не придется. Будьте точны, от этого во многом зависит исход всего диалога. (4)

5. Заказчики, склонные к мыслительному либо решающему способу восприятия графической информации, лучше усваивают подачу с преобладанием самого распространенного средства архитектурного

изображения - линии. Тон занимает место вспомогательного, а цвет - подчиненного. Сразу стоит оговориться, что мыслительный либо решающий психологические типы личности имеют существенные различия, когда дело касается принятия окончательного решения, поведения в обществе, некоторых черт характера. Но если говорить о воздействии графических средств, то вполне возможно объединить таких заказчиков под общими требованиями. Итак, ясность и конкретность линейной графики способствуют чистоте восприятия, направляют внимание зрителя на суть авторского замысла, заставляют схватывать основное. Именно в сложных, неразрывно связанных со структурными качествами предмета рисунках больше всего нуждаются решающие и мыслительные. Им необходимо найти в этих изображениях конкретную тему, определить контуры образа с конкретной функцией и назначением. Тон, как и линия, призван выражать суть архитектурной идеи, с той лишь разницей, что он имеет контраст не линейный, а поверхностный. Не забывайте, тон не должен «заглушать» линию, таким заказчикам контрастные светотеневые отношения будут только мешать. Старайтесь достигнуть эффекта изображения, построенного на светотеневых нюансах. Частичное использование цвета, а иногда и его отсутствие являются насущной необходимостью для мыслительных и решающих. (2)

Если же говорить о художественном изображении проекта в целом, то такие заказчики не примут чертеж или рисунок, отображающий лишь образный мотив самой идеи. Склонные к практичности, экономичности и методичности, они наверняка были бы рады разглядеть не только, например, размещение светильников, но и их крепления и даже угол свечения. Помните – лучше «перегрузить» мыслительного информацией. чем наоборот, ведь мы знаем из вышеизложенной характеристики, что он руководствуется вопросами . «что» и «как». Решающий скорее предпочтет выяснить все как можно быстрее, поэтому для него главное ясность. И еще, в отличие от остальных психологических типов личности мыслительному крайне важно признать вас авторитетом. Следовательно, чем значительнее будет выглядеть то, что вы делаете, тем скорее вы договоритесь. Не следует также забывать, что типологически многие люди представляют собой как бы «суповую кастрюлю», поэтому в оценке личности не стоит принимать во внимание какой-либо один из этих типов. По аналогии можно вспомнить о правшах и левшах. То, что вы - правша, еще не означает, что вы никогда не пользуетесь левой рукой. Просто вы предпочитаете действовать правой. В рамках этой статьи приводятся рассуждения и выводы в виде интуитивной гипотезы, которые строго не подтверждены научными исследованиями, но являются контурами будущих научных поисков.





ИМЯ, КОТОРОЕ НЕ ЗАБЫВАЮТ

«Феликс» - одна из немногих белорусских фирм, сумевших поднять строительное дело до уровня высокого искусства. Зримые тому подтверждения минские магазины «Домовой», «Лэвис», салон «Гранд Стиль Интерьер», центр отдыха «Триклиний» в здании Союза архитекторов. У «Феликса» добрая слава не только в наших широтах: профессионализм его сотрудников по достоинству оценили даже в далеком тюменском городе Ноябрьске, где специалисты фирмы успешно осуществили не менее интересный проект - строительство школы хореографии и музыкальной школы. В чем секрет? Может быть, в «счастливом» названии? Впрочем, обратимся к первоисточнику - генеральному директору фирмы С.Хиневичу.

С.Х.: — Фирма обязана своим названием Феликсу Эдмундовичу Дзержинскому. Вернее, его памятнику, который установлен в сквере между проспектом Скорины и улицами Энгельса и Ленина. Когда-то это было место, где собиралась молодежь. В том числе и учредители нашей фирмы. Так родилось название «Феликс». Кстати, оно оказалось весьма удачным. Фирма существует уже 9 лет. В следующем году мы отметим свой 10-летний юбилей.



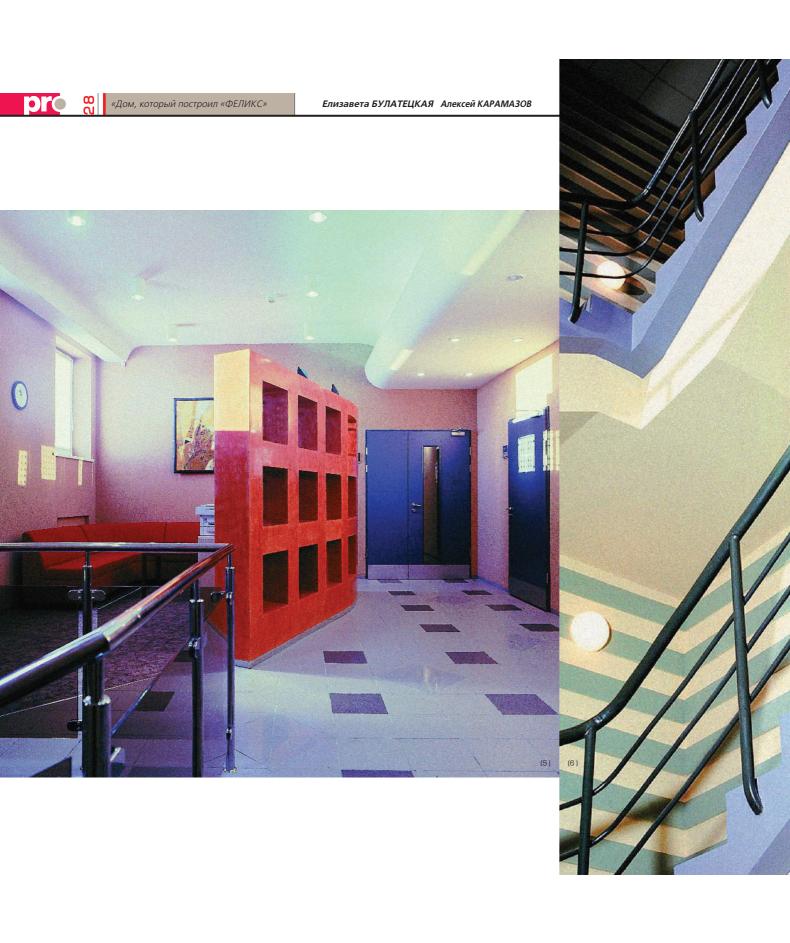


Справка «ProDesign»:

Дзержинский, ФЕЛИКС Эдмундович (30.08.1877 — 20.07.1926) --профессиональный революционер, один из организаторов и руководителей Октябрьского вооруженного восстания, член Центрального комитета партии и Президнума ВЦИК, Народный комиссар внутренних дел и путей сообщения (с 1921 г.), председатель Высшего Совета Народного хозяйства (с 1924 г.), бессменный председатель ВЧК-ОГПУ (с 1917 г.), а с 1924 года — председатель «Общества изучения межпланетных сообщений». В 1920 году за заслуги в борьбе против коттреволюции награжден орденом Красного Знамени. Умер от паралича сердца после произнесенной им пламенной речи на пленуме ЦК и ЦКК ВКП(б), направленной против Троцкого, Зиновьева и др. оппозиционеров.

Молодежь (продвинутая и не очень) и по сей день попивает пиво в сквере «У Феликса», раздумывая, «делать ей жизнь с кого»- то ли с мэтров белорусского строительного бизнеса из фирмы «Феликс», то ли с рыцарей плаща и кинжала ВЧК-ОГПУ. Сам Ф.Э.Д. пронзительно и строго вглядывается в минский ландшафт, словно предчувствуя, что еще немало фасадов и интерьеров в нашем городе будет преображено трудами компании, которой он некогда подарил свое гордое имя.





ТЕХНОЛОГИИ ВОЛШЕБСТВА & ВОЛШЕБСТВО ТЕХНОЛОГИЙ

Есть имена, функция которых состоит не только в выражении, но и в преумножении. ФЕЛИКС Гваттари

Привлекательность работы с фирмой «Феликс» заключается в ее умении быстро реагировать на капризы моды, совершенствование технологий и развитие рынка строительных материалов. Чтобы воплощать творческие мысли, в фирме вот уже 6 лет как создан особый отдел, специалисты которого внимательно изучают рынок (европейский и белорусский) строительных материалов. Все новое, что появляется в Европе, максимум через полгода попадает в «Феликс».

На фоне общей массы зданий и интерьеров с бесхитростным «евроремонтом» белорусской выпечки, обшитых пластиковыми панелями, со стандартными подвесными потолками (модуль 60 на 60), объекты «Феликса» всегда выделяются. Передовые технологии, элитные материалы и нетривиальные дизайн-

решения — вот три кита, на которых держится имидж фирмы. Имидж, имя которому Качество.

С.Х.: — Мы делаем ставку на качество. Качество должно присутствовать во всем. В проектировании, в подборе материалов, в строительстве. Мы ориентируемся на самые современные технологии, постоянно предлагаем рынку что-то новое. И, конечно, не забываем о дизайне. Стараемся делать нетривиальные вещи.

Мы просто не можем себе позволить работать по-другому. Наши объекты строятся так, что и спустя годы не приходится ничего переделывать. Репутация фирмы важнее сиюминутной выгоды.

Особенность работы фирмы — комплексный подход к каждому виду работ. В результате любой объект сдается «под ключ». При осуществлении проектов «Феликс» придерживается подхода, который принят на Западе: чертежи должны быть выполнены настолько точно,

чтобы на стройке у рабочего не было нужды заниматься «самодеятельностью». Он должен четко исполнять заданные конструкции. Кроме того, если проект неточен, на стадии исполнения его стоимость может вырасти (порою на 30%!), а это недопустимо при отлаженном ведении бизнеса. Нет более прямого и эффективного пути к прибыли, нежели путь оригинальных решений и свежих идей, считает Сергей Хиневич.

С. Х.: – Без свежих идей невозможно получить интересное решение. Но технология «проверяет» дизайнера, определяет, можно ли его идеи осуществить на практике. Наши специалисты работают единой командой. В штате компании есть архитекторы, инженеры поспециальным работам, технолог, мастера строительных профессий. Их совместные усилия дают качественный результат.



(1) (5) Офис ОАО "Пургаз". (3) (10) Салон-магазин "Дом фараона". Москва (2) (4) (13) Дискотека "Макс-шоу". Минск (6) Офис "Беларусбанка" (7) (8) (9) Культурный центр "ЈОС". Минск

(11) Ресторан "Акрополь". Минск (12) Магазин "Бизон". Минск. (14) Лицей БГУ. Минск

Итак, сплав вдохновения, материала и технологий. Если касаться технологий и материалов, то нельзя не отметить, что не в пример «Железному Феликсу» наш «Феликс» отдает предпочтение не только металлу. Хотя и металлу в работах «счастливчиков» всегда есть место.

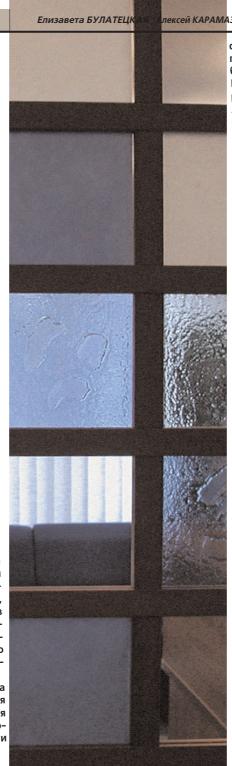
Фирма активно применяет конструктивные элементы из нержавеющей стали: поручни, ограждения, лестницы, балконы, полы, зеркальные экраны каминов, столешницы для барных стоек, колонны, даже специальные держатели для шторок в ванной комнате. Убедиться в том, что из нержавейки можно делать почти все, позволяет скульптура символ «Газпрома» — трубка-спираль с встроенным внутрь неоновым светильником. Выглядит не менее убедительно, нежели бронзовый Ф.Э.Д., подаривший фирме название.

Но не металлом единым жив дизайнер. Есть и другие материалы — например, гипсокартон, превращающийся в умелых руках специалистов фирмы «Феликс» в любую форму, вплоть до шара, в выпуклые и вогнутые, волнообразные и спиралевидные поверхности. Достаточно открыть какую-нибудь детскую книжку «Сделай сам» или «Поделки из бумаги» и пожалуйста любая фантазия будет реализована. Эллипс, кубик, волна и любое их сочетание — остается только скрыть шурупы и покрасить. Причем неважно, несут эти вещи декоративную или конструктивную нагрузку в интерьере.

Дерево — такой же неотъемлемый элемент лю-. бого интерьера. Поставщик у «Феликса» надежный — одна из фирм, которая умудряется из беделать древесины лорусской художественные вещи (от мебели и лестниц до брелоков для ключей гостиничных номеров С выгравированными цифрами), которые по своему качеству ничем не хуже изделий знаменитой немецкой фирмы «Kengot» и при этом в два раза дешевле.

С. Х.: — У нас уже есть имя, поэтому с нами сотрудничают весьма именитые дизайнеры и архитекторы. Был опыт работы с Александром Трусовым, Львом Агибаловым, Владимиром Плюсниным. Удачный объект в Москве — магазин «Дом фараона» Юрия Захарова. Он был отмечен в нескольких номинациях I республиканского конкурса «Стекло в интерьере». Также сотрудничаем с дизайнерами из Витебска.

Специалисты нашей компании работают на столь же высоком уровне. Тем более, что для этого есть соответствующая материальная база. Проектирование у нас ведется при помощи новейшей компьютерной техники и



фирменного лицензионного программного пакета, чем, я думаю, вряд ли может кто-нибудь похвастаться в Беларуси.

Вот уже год «Феликс» пропагандирует на белорусском и российском рынках новейшие отделочные материалы «Oikos» — декоративные краски, штукатурки и т.д. Нисколько не преувеличивая, можно заметить, что из одного вида материала с помощью нехитрых инструментов можно сделать более 100 декоративных эффектов. В сочетании же они позволяют создать на поверхности стены или потолка настоящую живопись, мало чем уступающую творениям венецианских мастеров. С помощью материалов «Oikos» можно качественно решить вопрос быстрого ремонта, практически без закрытия предприятия (производственного помещения или офисного помещения, развлекательного учреждения). Кстати, краски эти экологически чистые и могут применяться в любых помещениях.

Не менее многообещающее направление - отделочные материалы для бассейнов. Кроме специальной плитки, на которой человек, шлепая босыми мокрыми ногами, может чувствовать себя уверенно и безопасно, в бассейнах от «Феликса» продумано все, вплоть до мелочей: водоудаляющие лотки, системы водомассажа, подсветка, подогрев воды и ее очистка, ограждения, лестницы из нержавейки и т.д. Клиентам предлагаются бассейны с 5 степенями защиты чаши бассейна от утечки воды, то есть каждый слой отделки, вплоть до швов между плитками, выполняет гидроизолирующую функцию. Для отделки предлагаются пленки, плитка мелко- и крупноформатная, применяя которые можно выполнить любой рисунок – «русалочку», «дельфинчика», «посейдона». А благодаря подсветке и вовсе можно создать иллюзию шикарного аквариума.

Еще одна гордость — особо прочные двери швейцарского производства «БКТ» с покрытием из ламината высокого давления. Двери недеформируемые, очень удобные, красивые, шумозадерживающие, огнезащитные (минимум 0,6 часа), в том числе и со стеклянным заполнением дверных полотен. Фурнитура, дверные ручки и замки тоже надежны — сломать очень тяжело. То есть повышенная прочность. Обжимная металлическая коробка на весь проем позволяет устанавливать дверь за считанные часы, в два приема: сначала одевается с одной стороны с наличниками, потом с другой стороны защелкивается вторая часть. Остается просиликонить, чтобы не было щелей.

APAMA30B



Не забывайте, что felix по-латыни означает «счастливый». Если Вы еще не поняли, в чем Ваше счастье, свяжитесь со специалистами фирмы — они подробно ответят на все Ваши вопросы.

Достаточно широко в интерьерах применяется фитодизайн. Комнаты, залы, студии насыщаются мебелью, цветами, растениями, декорируются — все это входит в комплекс услуг. И все, что необходимо для создания законченного образа, если не будет сделано в самой фирме, то будет заказано, привезено и установлено – любая

мебель, любой аквариум, даже нужного цвета туалетная бумага. Для того, чтобы интерьеры, выполненные фирмой «Феликс», надолго сохраняли свою красоту и индивидуальность, стены зданий, если есть на то воля заказчика, утепляются, одновременно обновляясь и украшаясь. Речь идет, правда, о навесных фасадах, в Беларуси почти не применяемых. Навесные фасады изготавливаются из плит, сделанных из мраморной крошки (плиты 10 на 60 мм) и имитирующих кирпичную кладку, металлических (для фасадов промышленных зданий и административных корпусов), цементностружечных и твердоволокнистых панелей. Крепятся эти элементы с помощью нержавеющих несущих

Перечень можно продолжить, но стоит ли? С «Феликсом» заказчик в состоянии осуществить любую архитектурно-строительную фан-^[13] тазию. Поэтому еще раз предоста-

и эстетики.

конструкций. Предлагаемая система позволяет решить не только проблему проветривания фасада, его долговечности, утепления, но

(14) вим слово генеральному директору фирмы.

С. Х.: — Три основных вида деятельности нашей компании это проектирование, строительство и торговля строительными и отделочными материалами. Наши архитекторы и дизайнеры разрабатывают проекты как для собственных объектов, так и для других заказчиков.



терьер лишен каких-либо определенных признаков, за исключением воздуха и света, не встречающего на своем пути никаких преград. В «Сиреневой Луне» человек выбирает не только торшер, бра или люстру, но именно свет. Новые предложения салона - суперсовременные светильники в стиле хай-тек -потребовали должного окружения. Их достаточно радикальный дизайн определил выбор минималистского интерьера, в котором резко проявляются форма и назначение предмета. Старый зал салона реконструкции не подвергся, в нем представлено все великолепие исторических стилей - классицизм, ампир, модерн, ар деко. Сложность работы дизайнера состояла в том, чтобы сделать органичным переход от старой, более декорированной части салона к его новым залам, где преобладают холодные тона и простые, техничные детали. На первом этаже таким переходом служит «комната одной люстры» - гигантский цветок с белыми «лопастями» лепестков застыл над лунными кратерами из кварцевого песка. От масштабности и ирреальности зрелища захватывает дух - ощущение, какое бывает от столкновения с чем-то значительным. Аналогичное решение нашлось и для второго этажа. Во время реконструкции обнажилась красно-кирпичная стена коридора, соединяющего «классическую» и «современную» части салона. «В идеале,говорит Лев Агибалов, - ее нужно исписать пожеланиями, вроде «хочу на Луну», чтобы «Сиреневая Луна» вошла в контекст анмежду двумя солидными залами».

Перемещаясь по салону, замечаю, что свет, не спеша, следует за мной, плавно открывая новые пространства. В «Сиреневой Луне» работает дизайнер по свету, единственный в республике дипломированный специалист по светотехнике Юрий Калинин (выпускник Московского энергетического института). Умелое управление световыми группами позволяет подчеркнуть особенности работы каждой лампы, в «Сиреневой луне» можно найти светильники для любых интерьеров, специальной подсветки, наружного освещения...

Благодаря серебристому, свинцовому, стальному тонам удалось зрительно «поднять» потолки второго этажа салона. Исчезли, растворились в воздухе блестящие панели для люстр и стеклянные каплеобразные «столики». Традиционные в нашем понимании объекты просто отсутствуют. Даже такая банальная вещь, как электророзетка, скорее напоминает мышиную нору. А светильники самых невероятных форм больше похожи на летающие объекты, чем на привычные люстры и бра.

Соединяет галерею с нижним этажом стеклянная лестница с плавной кривизной перил. Нефункциональное пространство под лестницей превратилось в островок настоящего лунного ландшафта: над узорными кратерами искрящегося магнетика застыли светильники-летающие тарелки. «Интерьер, особенно если это магазин, требует найти какую-нибудь метафору, с которой будут соотноситься все элементы.

У меня была идея заброшенной цивилизации, хотелось создать кусочек Луны. Там интересное решение с кабель-каналами: из стены вылезает такой полубутон, полузмея с поднятой чешуей. Это попытка заселить Луну какой-то жизнью», — рассказывает Лев Агибалов.

Пластика интерьера нашла продолжение и во внешнем оформлении салона, которым занимался дизайнер Александр Кротович. Перед автомобильной стоянкой «выросли» стеклянные столбики-фонари и «взошла» сиреневая Луна. Почти полностью изменился фасад здания, усложненный современной техно-пластикой. Множество проблем вызвала установка больших витринных окон. В результате «Сиреневая Луна» приобрела характерный стиль, который выгодно выделяет салон в городской среде. Внешне он на-

поминает драгоценный кристалл, прорвавший урбанистическую фольгу своими острыми гранями. Днем он сверкает на солнце, а ночью светится сиреневым глазом лунатика.









ДМИТРИЙ ГАЛУЦКИЙ



АНДРЕЙ СНЕЖКО



ШАМИЛЬ ХАЙРУЛИН

ДИЗАЙН СТУДИЯ · РА "БЕЛАЯ КАРОНА" · 2001

телефон/факс: (017) 217 4161, 217 4171, 206 4473, 254 3142 E-mail: design@karrrona.com www.karrrona.com



Алексей Карамазов «Создавать объекты более уродливые, чем само уродство, более наивные, чем сама наивность, более реальные, чем сама реальность». Jean Baudrillard «Transparence du Mal«



Введение:

Капустников, РБ и Хайдеггер

Белорусы всегда чуждались техники, хотя наше отечество изрядно преуспело в ее производстве. Горожане в первомвтором поколении, наивно мочащиеся в лифте (словно это соседский забор), спьяну царапающие ножами, ключами и ногтями штукатурку («К весне зарастет!«), они все еще мыслят «вторую природу» в категориях первой: рождение, рост, размножение, увядание, смерть... А затем в следующем сезоне, после того, как на деревьях набухнут почки и в городе пройдет селекторное совещание, все начнет расти заново, рычать, тарахтеть, требовать бензина, солярки, подгонки, настройки и доброго (в нашем случае матерного) слова, которое, как выясняется, приятно не только кошке, но и чихающему карбюратору.Белорусы - латентные луддиты. В бесхитростно-языческом антииндустриализме есть нечто трагическое. Пока социум без устали продуцирует громоздкие, неэффективные и удивительно уязвимые механизмы, переполняя склады и статистические таблицы, индивид походя пинает ногой произведенное с его участием, разбирает на запчасти, пи-

шет на обезглавленных каркасах и обезноженных кузовах слэнговые названия частей человеческого тела, а то и провокационные политические лозунги. Беларусь — место, где индустриальное общество состоялось с опозданием и реализовало свои потенции не до конца. Мы – атавистический остаток пожранного ржавчиной модерна, сборочный цех, превратившийся в переполненный склад готовой продукции, а затем и в ее колумбарий. Хайдеггер в свое время определил индустриальное общество как «субъективность, ставящую на самое себя. Такому субъекту подчинены все объекты. Индустриальное общество вызвалось быть безусловной мерой всей объективности». Индустриализм по-белорусски - это когда «вызвалось», но с внутренним протестом, неохотно, через силу, не понимая, чего от него хотят, неумело создавая и бессознательно калеча. Созданные человеком и им же травмированные вещи взбунтовались, расползлись по задворкам и пустырям. После томительно-долгого бездействия у них появился шанс обрести новую жизнь и новую форму. Имя этому шансу Андрей Капустников. Справка для будущей «Энциклопедии искусств»: Андрей

Капустников. Родился 7.02.1963 г. в г.Черкесске. В 1970 г. переехал в Минск. Закончил Минское медицинское училище №2. 12 лет проработал зубным техником. В минских рыцарских клубах более известен как Азюка, Сарацин, Пойгин. По собственному признанию, изготовлением ржавых монстров занялся исключительно из корыстных побуждений, что вполне соответствует меркантильному духу эпохи.

Глядя на его металлических пресмыкающихся, изумленно-агрессивных, инфантильно-кровожадных, ирреально-жизнеподобных, — на стальную флору, растущую не благодаря, а вопреки, ощущаешь, что наша цивилизация переступила еще одну, пока не вполне четко осознаваемую черту. Какую — это уже другой вопрос.

Ретроспектива:

Капустников и Маринетти

Вернемся на сто лет назад, в belle epoque, к моменту зарождения художественного авангарда. Та эпоха действительно была «прекрасной»: аспирин, парламентаризм и автомобиль убедили человека в том, что мир, ожидающий его впереди, в ближайшей перспективе, действительно дивный и действительно новый.



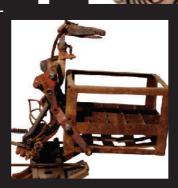


«Сумерки зверей»

Авангард — искусство наивного оптимизма, технократической утопии и футурологического неистовства. Это гонка за постоянно ускользающим будущим, которое по определению и не может быть достигнуто. Гениальные мальчики, играющие «в машинки» с настоящими, большими машинами.

«На наших глазах рождается новый кентавр — человек на мотоцикле, — а первые ангелы взмывают в небо на крыльях аэропланов, » — прорычал Филиппо Томмазо Маринетти. «Греция жива в чертеже авиационного мотора, в не претендующей на красоту фабричной спортивной ткани, » — бодро подхватили Сальвадор Дали и Себастьян Гаш. «Человек уже изобрел новую фауну, которая бегает, плавает и полнит землю, воздух и моря своими неудержимыми скачками, своими криками и своими стенаниями. Воплощенное в механике воплотится и в искусстве, » — с пророческими интонациями подытожил Висенте Уидобро.

ками и своими стенаниями. Воплощенное в механике воплотится и в искусстве,» — с пророческими интонациями подытожил висенте Уидобро. Радужно-футурологический пафос мало-помалу сошел на нет. Вместо автомобиля, затмившего Нику Самофракийскую, и парохода, с которого полетел в тартарары Александр Сергеевич, вторая половина века явила взорам зрелища, ничуть не напоминающие о технократическом оптимизме belle ероque: стилизации, возвращающие ландшафт если не к дочеловеческому, изначально-природному состоянию, то хотя бы в неолит-палеолит, мертвенные провалы урбанистических руин, археологизм брошенных и позабытых циклопических конструкций... Техника смертна, как и создавший ее человек. Техника не может быть прекрасной. Да и человек, по правде говоря, тоже... Правда, Андрей?







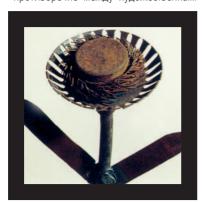


бует новой экологии. Слабо пожалеть карданный вал или плунжер? Слабо пролить слезу над останками трактора «Беларусь» или суппортом токарного станка?

Итого:

Капустников, Бодрийар и Сорокин

Из обломков былой утилитарности рождается антиутилитарная витальность, взращиваемая заботливыми капустинскими руками. Винтики-гаечки, роторы-статоры, пуансоны-матрицы расстаются с родимыми пятнами зазоров и натягов, сливаются в эстетическое целое. И не нужно быть Яном Мукаржовским, чтобы усмотреть тут «противоречие между художественным



произведением как эстетической структурой и им же как вешью». Смурные дядьки в промасленной одежде за умеренную зарплату выточили, сварили, отлили в мрачных полутемных цехах все эти финтифлюшки. Затем те же смурные дядьки выбросили все это к чертовой матери на свалку. Железо, оплакав рыжей слезой ржавчины свою незавидную участь, ради выживания самоорганизовалось: пернатые, пресмыкающиеся и мазутопитающие объекты побрели на улицу Столетова, в мастерскую Андрея Капустникова. Зооморфность? Как, кстати, обозначить отдельные виды капустинской флоры и фауны? Махайродус 12Х18Н10Т? Стальной птеродактиль? Tiranozaurus Industriales? «Мы мирные люди, но наш бронепони стоит на запасном пути», т.е. в капустинской мастерской на улице Столетова. То, что объединяет все эти несхожие объекты,

вполне укладывается в гегелевскую триаду: агрессивная витальность - танатофилическая статичность — индустриальная зооморфность. Не стоит призывать на подмогу Дарвина или Ламарка: в этом животно-растительном царстве иерархические отношения и эволюционные процессы гораздо быстрее вычленит другой биолог - Жан Бодрийар: «Миф о волшебной функциональности мира соотносится с фантазмом волшебной функциональности тела... Стоит вещи утратить свое конкретно-практическое применение, как она переносится в сферу психической практики». И там уже лязгает железными зубами

Константин Михеев



или пронзает сумрак бессознательного увесистым чугунным фаллосом. Еще раз технология? Устав быть объектом, мир обретает субъектность, зато мы становимся по отношению к нему объектами. Даже если я знаю, из какого коленчатого вала или газового балона вылупился очередной монстр Капустникова, недостаточность знания не дает мне возможности повторить название этого объекта вслух. Горожанин, я плохо понимаю первую природу, зато настолько сросся со второй, что никогда не задумывался, из чего она сделана и по каким законам живет. Тот же Бодрийар, остроумно вспоминая феномен «воскресных водителей» (по-нашенски «подснежников«), констатирует, что для них функционирование вещи основывается не столько на ее функции, сколько на ее тайне. Отсюда и различие между «машиной» (machine) и «штуковиной» (machin), или, ПРАВПРАВДАРАЙДРЕЙ?

если перевести последнее на русский язык точнее, «хреновиной». Объект со свалки, утративший в результате деградации все свои первоначальные функции, сам по себе не обретает нового предназначения. Становясь «хреновиной», он отказывается жить по за-. конам функционализма. И тогда ему остается только один путь развития — карабкаться по дарвинско-капустниковской эволюционной лестнице, учиться летать, прыгать и бегать. От великой эпохи МАЗов и БелАЗов осталась только флора и фауна Андрея Капустникова, да еще пара ржавых каркасов в окрестностях вышеупомянутых заводов- каркасов, пока еще не использованных художником. Что ос-



танется от эпохи Андрея Капустникова? Предлагаю рецепт Владимира Сорокина: «PRODIGY» C 3ARAPHЫМ КРЕМОМ 700 г компакт-дисков группы «Prodigy», 2400 г свежеприготовленного заварного крема, 200 г миндального молока, сахарная пудра.

Компакт-диски нагреть в духовке до температуры 220 °C и быстро скатать в трубочки. Каждую трубочку наполнить заварным кремом. Выложить все трубочки на плоское хрустальное блюдо, облить миндальным молоком и посыпать сахарной пудрой.

P.S. Все имена и фамилии (кроме Андрея Капустникова), упомянутые в этой статье, вымышленные. Всякие совпадения с реальными лицами случайны. Автор статьи не несет ответственности за ее содержание.







лон, проходивший в апреле в СК «Уручье», мобилизовал силы многих фирм-дилеров,
представляющих знаменитые автомобильные марки. На
стендах сверкали лаком, хромом и стеклом новинки европейского автомобилестроения и классические американские джипы. Красный «Феррари», черный «Мазератти», а также болид «Формулы 1» из конюшен «Эрроуз» символизировали своим внешним видом, что и в новом
столетии «баловень века» прошлого останется объектом непрерывного творческого поиска дизайнеров, конструкторов, технологов, а в автомобилестроении будут
применяться самые передовые идеи и технологии. И на минском «Моторшоу» такие решения были продемонстрированы. Единственный на выставке павильон собственной продукции был представлен фирмой «МГ-моторы». Он привлекал внимание посетителей нетрадици-

онными и оригинальными экспонатами. На стенде демонстрировались макетные образцы перспективных объемных машин — разработки главного конструктора фирмы Владимира Голубева. На основе авторских свидетельств и патентов, полученных на свои именные изобретения, «белорусский Ванкель» создал машины с

новой кинематической и компоновочной схемой. По мнению экспертов (еще в

1987 году работы изобретателя были удостоены золотой медали ВДНХ СССР), это последовательный и в то же время новый подход к построению силовых установок во всех областях техники, где предъявляются жесткие ограничения на экологические и массо-габаритные характеристики, где требуется надежность, высокая динамическая уравновешенность и равномерность крутящего момента. Впервые были показаны широкой публике два макетных образца ДВС. Мотор-«Шайба» на основе «Ротативной машины Голубева» с механизмом плоско-параллельного вращательного перемещения поршней и цилиндров и мотор-«Шар» на основе «Машины Голубева» с качающимся рабочим органом. Опытный образец компрессора, также выполненный на основе «Машины Голубева» преимущественно для тормозных систем большегрузных автомобилей и автобусов, впечатлял и техническими характеристиками, и габаритными размерами. «Новая элементная база дает простор не только для новаций конструкторов, но и для деятельности дизайнера, — говорит изобретатель. — Дизайнер теперь получает в свое распоряжение силовой модуль, который может в корне поменять компоновочные схемы и, соответственно, стиль формообразования таких уже традиционных объектов дизайн-деятельности, как автомобиль, мотоцикл, скутер, сверхлегкий летательный аппарат, бытовая техника, ручной пневмо- и гидро-

инструмент». «Вариативные возможности использования гибридных установок на основе предлагаемых машин позволяют решать новые функциональные задачи в будущем. Благодаря применению таких двигателей, насосов, компрессоров авиация и ветроэнерге-

тика, корабли и бурильная техника, подводные лодки и самосвалы становятся объектами, где дизайнер может найти нетрадиционные, а значит, выразительные и запоминающиеся тектонические

и пластические решения. В данном случае он, выступая как изобретатель, может расширить круг поиска проектных концепций и изменить точку зрения на проблемную ситуацию», — очерчивает примерную область применения машин сам конструктор. «Применение пионерных изобретений, которые в корне могут поменять представление о самых привычных предметах, — вопрос времени и инвестиций. И здесь сотрудничество изобретателя и дизайнера — одно из важнейших условий успеха. Раньше устоявшиеся технологии тормозили внедрение в производство этих машин, требующих микронной точности обработки рабочих поверхностей. Сего-

дня таких препятствий нет, и значит, слово дизайну...» Стенд фирмы «МГ-моторы» позволил уже сегодня заглянуть в еще неведомое, но уже имеющее свое «стальное сердце» будущее. Будущее, в котором уживутся высокие технологии, энерговооруженность, мощь моторов, скорость машин и «зеленая» жизнь. Осталось «дожить до понелельника».

Новые моторы — новая элементная база нового века! Про настоящие изобретения сначала говорят: «Этого не может быты! « Потом: «В этом что то есты! « И наконец: «Кто этого не знает!»





«РКОлог«

Унитарное предприятие «Дизайн-студия Сэнс» работает в области графического и объемного дизайна более 10 лет. Сегодня деятельность студии определяют два направления. Основной доход предприятию приносит изготовление предметов геральдики, государственных и корпоративных наград — орденов, медалей, знаков отличия. «Дизайн-студия Сэнс» обладает собственной производственной базой, современные технологии поз-воляют обеспечить высокое качество изготавливаемых изделий.

Вторым и наиболее перспективным направлением деятельности студии является разработка рентгеновских сканирующих компьютерных систем различного назначения.

«Сэнс» имеет патенты на промышленные образцы стационарных и мобильных систем компьютерной рентгенографии и контроля пассажиров По заказу Министерства здравоохранения в конце 1999-начале 2000 года были выпущены три компьютерных рентгенографических аппарата "Пульмоскан-760" совместно с заводом «Диапроектор» и НПП «Адани» (в ближайшее время к сборке подобных комплексов параллельно при ступят дизайн-студия «Сэнс» и Минский приборостроительный завод). Клиники республики в ближайшее время смогут получить оборудование нового поколения в достаточном количестве. Дизайнерами «Сэнса» были разработаны т.н. поликлиники на колесах (на основе шасси МАЗа) — «Пульмоэкспрессы», обслуживающие экологически неблагоприятные и отдаленные районы рес-

публики. Одной из уникальных разработок коллектива является сканирующая система таможенного контроля пассажиров «Сопраss-1280». Сейчас студия «Сэнс» заканчивает работу над новой контрольной система». ной системой «Consys».

НЕ ТОЛЬКО В АФРИКЕ АЛМАЗЫ

«Владимир Трофименко, наверное, единственный дизайнер в этой стране, который ездит на джипе», - сказал мне Дмитрий Сурский, подходя к зданию бывшего ВНИИТЭ, где располагается «Дизайн-студия Сэнс». Среди автомобилей работников дизайнцентра не заметить джип было бы невозможно. Но я его не вижу. Владимир Павлович, несмотря на то, что мы договорились о встрече, уехал на завол. Дела.

Пока хозяина нет, мы ходим по его владениям. Его дочь Наташа, главный экономист фирмы, тщетно пытается дозвониться на мобильный телефон отца. В кабинете дизайнера Михаила Белова, который, кстати сказать, преуспел в развитии обоих направлений деятельности студии, висит карта Европы. Желтым маркером прочерчена линия Минск -Варшава — Вроцлав — Прага — Братислава — Вена — Цюрих, кусочек Германии...

Это география партнеров вашей фирмы? — спрашиваю я, зная, что продукция «Сэнса» есть и в Голландии, и в Анголе...

- Нет, это автомаршрут.

Обычный для Владимира Трофименко. На своей машине он объехал пол-Европы. В Чехии и Словакии - основные партнеры. Недавно появился голландский заказчик. В Финляндию и Швейцарию Владимир Павлович ездит кататься на лыжах.

Умение хорошо организовать свой отдых редкое качество для руководителя. Кто не умеет хорошо отдохнуть, тот не может правильно поставить работу.

 Последний раз у него был отпуск в марте, и продолжался он неделю. Папа ездил в Финляндию на Европейские юношеские олимпийские игры как представитель Федерации горнолыжного спорта и сноуборда в Беларуси. — говорит дочь Владимира Павловича Наташа. , ота слишком напряженная, чтобы оставлять время на отпуск, но какие-то выезды случаются. Он постоянно в дороге.

— Ваш отец тщеславен?

- Да, в хорошем смысле этого слова. То, что он имел на каком-то этапе, его не удовлетворяло. Он поставил перед собой цель и достиг ее. Он не ограничился только профессиональными возможностями, а использовал организаторские способности. Отец изначально был лидером. Ему всегда хотелось большего, и только его заслуга в том, что он имеет сейчас. Никто ему особо

Важную роль в формировании характера Владимира Трофименко сыграло увлечение спортом. Я даже опасаюсь запутаться, перечисляя все его разряды и награды: профессиональный инструктор по горным лыжам (Вице-президент Федерации горнолыжного

спорта и сноуборда в Беларуси), мастер спорта и инструктор по альпинизму, мастер спорта по плаванию... Он действительно лидер - на своем профессиональном пути (а чем он только не занимался – работал машинистом буровой установки, дозиметристом, художником-оформителем на заводе Вавилова и закройшиком по обуви на фабрике «Луч«) он непременно поднимался до руководящей должности. Настойчивость и почти армейская организованность помогают ему в работе с силовиками. С ними он чувствует себя на равных. Основными заказчиками студии являются структуры Совета Безопасности РБ: Министерство обороны, МВД, КГБ, Министерство по чрезвычайным ситуациям...

Владимир Трофименко родился на Дальнем Востоке в Амурской области, на Украине закончил среднюю школу и был вторым в республике по плаванию на дистанцию 1500 метров. Он мог бы стать завидным приобретением института физкультуры, но Север показался романтичнее. Воркута — Норильск. Там увлекся туризмом, горными лыжами, альпинизмом.

Сейчас Владимир Павлович с улыбкой вспоминает, как к какому-то съезду комсомола или партии ему дали задание затащить гипсовый бюст Ленина на горную вершину в приполярном Урале. И не имея понятия, что такое альпинизм, имея с собой только канистру спирта, ташил.

Но все это можно назвать «додизайнерским» периодом в его биографии. Решение поступить в Белорусский театрально-художественный институт пришло в 27 лет, когда Владимир уже имел семью. После института работал в НИИ ЭВМ, где проектировал пульты управления гигантских тогда еще компьютеров, потом - начальником сектора Промсвязи, а с 1981 по 1989 год возглавлял на Минском часовом заводе отдел, в котором разрабатывалось новое оформление для наручных и карманных часов.

Работа на часовом заводе - один из самых важных периодов в профессиональной биографии Владимира Трофименко. Перестройка совершила переворот в часовом производстве, люди поверили в новое время и захотели новых красивых часов. А дизайнеры были готовы их разработать. Завод по ассортименту и технологиям стал передовым, дизайнеры начали получать потиражное



вознаграждение. Это был первый пример цивилизованного отношения к дизайну, утвердить которое Владимир Трофименко пытается и по сей день.

О собственном производстве Владимир Павлович начал задумываться, когда работал над самыми разными заказами, будучи уже в должности вице-президента Белорусского союза дизайнеров.

Главный редактор российского журнала о графическом дизайне «КАК» Петр Банков, разговаривая с Дмитрием Сурским, как-то сказал: «Зачем вы собираетесь делать журнал о дизайне, если у вас нет рынка дизайна?» С ним можно спорить, апеллируя к опыту «Дизайн-студии Сэнс». Действительно, сегодня в Минске

ковский монетные дворы и завод им. Гастелло. В «Сэнсе» же собрались высокие профессионалы, начиная от дизайнера, художника-гравера, заливщика эмали... Каждый из них имеет свои технологические наработки. Хотя говорить о конкуренции с зарубежными производителями пока рано, при этом отсутствует необходимость размещать заказы в Чехии, как это было вынуждено делать молодое предприятие, не имеющее собственного оборудования.

Александр Рымкевич Алла Казакова

«Любая другая фирма нуждается в этих же 10 годах для достижения подобного качественного уровня и ассортимента. Не говоря уже о тех средствах, которые нужно вложить в оборудование», — говорит Владимир Трофименко.

— Как соединяются в Вашем предприятии такая



много организаций, занимающихся дизайном. Занимающихся! Но очень немногие из них имеют собственное производство и выпускают дизайн-продукт подобного уровня. «Сэнс» же работает не только на Беларусь, ему удалось выйти с уникальной продукцией на мировой рынок.

10 лет назад «Дизайн-студия Сэнс» начинала работу с полиграфии и световой рекламы. Позднее, продав печатное оборудование, фирма организовала производство, в котором сегодня не имеет конкурентов.

Технологии изготовления часов оказались близки к орденам и медалям. Спрос на эту продукцию стабилен, а ее производство ранее находилось в компетенции государства. Чеканкой медалей занимались Ленинградский и Мос-



миниатюрная работа, как значки, медали, и высокие технологии — производство рентгенологи-ческого оборудования?

— Высокие технологии параллельно шли. Я со студенческой скамьи подрабатывал на кафедре ядерной физики у Шушкевича. Рисовал им какие-то панельки, пульты... А когда Чернобы ключился, мы сделали гаммарадиометр РУГ-90. Завод «Диапроектор» в начале 90-х выпустил их более 4 тысяч штук. Ими оснащены серьезные ла-боратории в Беларуси, Украине и России. Меня привлекли к этому проекту как соисполни-теля. Получив деньги, мы расстались. И тот человек обошелся с дизайнерами так, как всегда с ними обходились, просто пробросил. Длительное время этой темой я не занимался. А когда та же фирма предложила сделать рентгенографический аппарат, я, решив, что два раза в одно место снаряд не попадает, поставил условие, что мы не подрядчики, а партнеры.

В результате их сотрудничества появился аппарат «Пульмоскан» Но вот беда: вложив свои деньги (хотя и меньшие, чем второй партнер), интеллектуальный труд и получив патент на промышленный образец, «Сэнс» снова остался не у дел. НПП «Адани», нарушив все договоренности и патенты, продолжает самостоятельно выпускать разработанную совместно с «Дизайнстудией Сэнс» установку «Пульмоскан-760». Сейчас Владимир Трофименко намерен возбудить против бывших партнеров уголовное дело. Хотя их совместными усилиями в Беларуси была создана рентгеновская отрасль и дальнейшее ее развитие могло бы быть очень прибыльным. Но те деньги, которые государство готово выделить на ее развитие, не могут ей никак помочь.

Сейчас дизайн-студия самостоятельно ведет разработку новых контрольных систем, которые будут качественно отличаться от созданных ранее. Уникальными разработки «Сэнса» делает в первую очередь новаторское инженерное решение. Принцип действия рентгеновских приборов нового поколения был изобретен доктором технических наук Вячеславом Даниловым. Он долго вынашивал идею создания компьютерных сканирующих рентгеновских систем. 10 лет потребовалось для того, чтобы эта идея была воплощена в системах, разработанных «Сэнсом». Теперь Вячеслав Данилов работает главным конструктором дизайн-студии и постоянно совершенствует свое изобретение. Область применения этой аппаратуры широка: контроль пассажиров в аэропортах, на таможнях, блокпостах, контроль посетителей в банковских хранилищах и резиденциях с целью обнаружения запрещенных к перемещению предметов. По словам Владимира Павловича, единственное, что объединяет людей в мире, - это борьба с терроризмом. Разработанные «Сэнсом» системы «видят» наркотики (даже капсулы в желудке наркокурьера), оружие (в том числе пластиковое), различные по структуре материалы. Во время тестирования подобной системы в Анголе ею был обнаружен двухкаратный алмаз, специально спрятанный на теле человека.

Маркетинговое исследование, проведенное голландским партнером «Сэнса», показало, насколько перспективно производство данной аппаратуры. Ее хотели приобрести Испания, Япония, Пакистан, Оман, 25 систем намеревалось купить ФБР.

Но гарантировать производство такого количества аппаратов пока невозможно, главным образом, из-за проблем предприятий, на которых приходится размещать заказ (Минский завод автоматических линий и приборостроительный завод). Пока «Сэнс» изготавливает две установки без предоплаты за собственные средства. Единственный выход, который видит Владимир Трофименко, - это организация собственного производства и привлечение в него серьезных инвестиций. Накопленный опыт дает возможность самостоятельно проходить все стадии производственного процесса. В данном случае дизайнер диктует технологу и конструктору, а не наоборот. «Дизайнер может управлять и технологами, и конструкторами, и планировать. Эту наилучшая ситуация для развития дизайна.

Если бы надо мной стоял конструктор или технолог, то решения были бы другими. Я отслеживаю весь процесс. Для меня всегда

«Пульмоскан«- изобретение, имеющее мировую новизну как с точки зрения дизайна, так и инженерии. Здесь был вперв применен принцип преобразования рентгеново сигнала в изображение на «Сейчас в наших поликлиника стоит аппаратура, которую я, работая дозиметристом, в 1968 году еще обслуживал. Она до сих пор работает. И в этом беда. . Аппаратура уже изношена и дает излучение, превышающее норму в – 30 раз. Принцип ее действия в том. что человек отпечатывается радиолучей на пленке. В аппаратуре стоят у счувствительные япо фотодиоды, которые воспринимают сигнал чуть выше естественного фона. Происходит сканирование узким миллиметровым лучом, и, если нужно, можно отсканировать только одно легкое». рассказывает Владимир Трофименко. Доза облучения, получ

пациентом во время обследования, составляет всего 0,5 mrem, в то время как за время перелета из Лондона в Нью-Йорк человек получает дозу в 13 mrem. Минимальное излучение дает возможность эксплуатировать аппарат в помещениях без специальных средств защиты. Применение современной цифровой беспленочной технологии позволило сократить время обследования. Его результаты за считанные секунль выводятся на компьютерный экран. Подобная техника очень важна для раннего выявления туберкулеза и . других легочных заболев Рентгенографические аппараты «Пульмоскан-760» сегодн используют также в Чехии, Польше, Голландии, где требования к техническим и дизайн-параметрам медицинской техники очень

Почти сразу после появления новых

рентгенографических аппаратов . дизайнеры «Сэнса» разработали

небольшой машине разместились

проект «Пульмоэкспрессов». В

необходимое оборудование

два врачебных места, «Пульмоскан-760» и другое

УП «Дизайн-студия СЭНС» Минск, ул. Жилуновича, 15, к. 703, 705, 713, τ/φ. (017) 245 76 21, 245 75 82, 245 13 23

было делом чести заставлять технолога изобретать новую технологию. Они все слишком консервативны. «С дизайнером Михаилом Беловым Владимир Трофименко работает уже 20 лет. Удивительное постоянство! Высокие технологии для Белова – не новость. Выпускник Ленинградского высшего художественно-промышленного училища им. Мухиной, когда-то он работал над проектом интерьера и оборудования орбитальной станшии «МИР» И вместо 5 лет эксплуатации, как планировалось, станция пролетала больше 15. Поработав на космос. Михаил Белов пришел на Минский часовой завод, где и познакомился с Владимиром Трофименко

00

«Я считаю, что нужно постоянно искать чтото в той профессии, которую избрал. Мож но заниматься с большим интересом и утюгами, и светильниками, и мебелью... Есть масса интересных вещей. Я в свое время с большим удовольствием занимался игрушками. Делал наборы для мальчишек», рассказывает Михаил Белов

Рентгенографические аппараты более серьезные игрушки.

Безопасность сегодня сочетается с высокими технологиями, и системы контроля должны быть мобильными, мало заметными, стать органичной частью как хай-тековских интерьеров аэропортов, так и роскошных резиденций.

«Consys» создается для аэропорта, но скорее абстрактного. Хотя специалисты фирмы изучали проекты современных аэропортов и не имеют сомнений в том, что их установка впишется по стилистике и физическим параметрам в их интерьеры. Уникальность разработки в том, что это первая установка, позволяющая обследовать пассажиров в полный рост. В проекте учтена организация пассажиропотока (хотя на подобной аппаратуре проверяется не каждый пассажир) и улучшена эргономика рабочего места оператора.

Основа комплексной установки «Consvs» — металлическая сварная конструкция, обшитая свинцом со стороны излучателя. От него исходит очень тонкий плоский луч, который должен точно попадать на ли-Допустимая нейку детектора. погрешность при монтаже - не более 0.3 см. Детектор состоит из фоточувствительных элементов. В качестве отделочных материалов использованы оргстекло и дибонд, обладающий хорошими пластическими и декоративными качествами. Кроме зарубежных заказчиков «всевидящими» системами заинтересовались стражи белорусской границы. Высоко оценил возможности «Consys» командующий пограничными войсками республики, генерал-лейтенант Александр Павловский. Уже сейчас есть предварительная договоренность на создание аналогичных установок для обследования большегрузных автомобилей. Немецкая фирма «Хайманн» выпускает подобное оборудование, стоимость которого составляет 600.000 долларов. «Сэнс» готов сделать аналогичную установку на основе своей технолотии вполовину дешевле.

— Почему вы работаете с силовиками? В таком государстве, как Беларусь, сотрудничество с ними создает несколько негатив-

партнерах.

ную ауру... — С ними надежно работать. Мы сотрудничаем и с Министерством культуры, зная что в течение полугода они не заплатят. Приходится обращать свои взоры в те структуры, которые в нашем государст лучше финансируются. Ну не пришел бы я, кто-то другой бы этим занимался.

Владимир Павлович уверен в успехе своего предприятия

«Вот продам эту установку, — говорит он, и тогда сам буду на пляже греться и людей в отпуск отправлю».

В этом тоже сомнений нет: у предприятия еще не было такого случая, чтобы заказчику не понравилось, и он отказался

На прощание Владимр Павлович подарил нам по значку с эмблемой фирмы – оскалившийся снежный барс. Того и гляди вцепится. — **Я хочу научить их честному бизнесу!** — говорит Владимир Павлович о своих бывших

И ведь действительно научит! К тому же – есть чему поучиться.





Мы открыты для сотрудничества:

Контактные телефоны отдела маркетинга "Завод Горизонт" т/ф 213-41-81, 239-17-16 Руководитель отдела -- Котляр В. А

E-mail: marketing@horizont.bn.by www.horizont.by

фоне таких известных телепроизводителей, как "Сокол", "Карат", "Erisson", "Витязь" и др. На сей раз эксклюзивные инновации в дизайне, цвете, материалах и

Оригинальная и легкая конструкция стенда "Горизонт" выделялась на

Наиболее интересную стендовую конструкцию, спроектированную дизайнером Николаем Ислямовым, "Горизонт" продемонстрировал в Москве на международной выставке "СЕМ 2001", где экспонировались

практически все российские телепроизводители.

технологиях гармонично сочетались со стильной, высококачественной продукцией «Горизонта».

Все это -- результат творческого поиска специалистов отдела маркетинга ПО «Горизонт» и дизайнера из Бреста Николая Ислямова. «CDesign»

ыт. Музыкант прослезился и побежал в белорусское посольство за визой.

шей частью из-за полиграфии. Особенность пиратской CD-

ничем не отличается от оригинала. Единственное, в чем проиг-

оформлении. Музыкант и рекорд-компания, вложившая

на издание зарубежных дисков, то, как объяснил мне дирек-

ствуют две системы их приобретения. Вкладыш-буклет являетвыпускаются специально адаптированные вкладыши — кирил-

оформлением 7-8 долларов. Есть и второй вариант — флэт — фи:

неограниченным тиражом и в каком угодно оформлении. Как пра-

Двух-

кассетник SONY появился у моей подруги в середине 80-х и был для меня буквально эталоном дизайнерской и инженерной мысли. За 15 лет в нем пришлось лишь один раз заменить предохранитель. Единственным изъяном японца было совершенное неприятие отечественных кассет: довольно жужжа, он разжевывал их в хрустящие гармошки. Компакт-диск тогда казался нам каким- то диковинным заграничным зверем. Набрав обороты в 90-е годы, он сегодня, похоже, приближается к своей кончине. Однозначно предсказать дату его смерти пока трудно. Белорусские рекорд-компании утверждают, что еще по меньшей мере лет 15 мы будем покупать диски. Но уже сейчас ясно, что CD не является идеальным носителем информации. Нет ни одного компакта возрастом более 20 лет. Неизвестно, какие химические процессы могут происходить в нем со временем. Смена носителей информации имеет одну характерную тенденцию: уменьшается их размер. А это, следовательно, обедняет их декоративную сторону. Фактически компакт-диск превращается в коллекционную ценность, такую же, как виниловая пластинка. Даже с уходом проигрывателя их производство не прекратили. Пластинки выпускаются ограниченным тиражом с улучшенным оформлением для небольшого круга коллекционеров. Молодежь больше увлечена современными технологиями — она охотнее принимает новинки: мини-диск, DVD, MP3... Хотя современная клубная музыка, невзирая на все технические достижения конца XX века, была засэмплирована и воспроизведена с винила. Во всяком случае, пока не появится еще более дешевый (и качественный) носитель информации, компакт-диск будет продолжать жить. И мы по-прежнему будем покупать эти забавные серебряные пластиночки, глядя в которые, дамы так умело поправляют макияж. Больше всех CD оценили водители. Они превратили его в исключительно декоративный элемент. Теперь едва ли не в каждом лобовом стекле поблескивает, подпрыгивая на ухабах, компакт-диск. Некоторые автомобилисты свято верят, что он отражает сигналы радаров ГАИ. Но — прочь суеверия и все музыкальные пристрастия. Объект нашего исследования дизайн диаметром 12,5 см.

История № 1. Про добрых музыкальных пиратов. Как-то раз музыкальная жур СОМЕDY и сказала, что ей не понравился альбом «Amneziac» RADIOHEAD. А солист ьная журн ровская брала телефонное интервью у вокалиста британской группы DIVINE DIVINE COMEDY ей и говорит: что ты, детка, несещь? Я сам v Тома Йорка его просил ропы, мол, раньше меня альбом-то услышать? А Татьяна возьми и скажи ему,

послушать, а он до официального релиза не дает. Куда уж тебе на задворках Евчто диск у нее уже пылью покрылся, потому как месяц назад прослушан и за-Фирменные зарубежные диски в Беларуси покупаются больпродукции в том и состоит, что качество звучания подделки рывает покупатель, приобретая пиратский диск, - это в деньги в его проект, проигрывают во всем. Что касается прав тор компании «Bulba-records» Алексей Ерховец, сегодня сущеся лицензией на издание одного диска. Для Восточной Европы лики. Но продажная стоимость одного диска с кирилличным компания, заплатив n-ную сумму, получает право издавать диски

вило, заглавный лист остается неизменным, а внутри - ****. Такой диск будет стоить 2-3 доллара. Кириллики на нашем рынке пока мало представлены. Однако подразделение компании «Bulba-records», занимающееся дистрибуцией, предлагает и кирилличные диски. В данном случае вместе с качественным музыкальным наполнением мы получаем еще и оригинальное дизайн-решение альбома.

В теме дизайна отечественных компактов можно четко определить музыкальные рамки продукта. Речь пойдет преимущественно о дизайне дисков с рок-музыкой. За пределами нашего внимания останутся поп и технорешения обложек. Современной клубной музыки на дисках в Беларуси почти нет. Ди-джеи предпочитают работать с матрицами, а если и выпускают свои миксы на полноценных компактах, то тиражом не более 20 штук, которые в основном расходятся в своей среде. Количество белорусских релизов за год можно пересчитать по пальцам. Теряться в новинках белорусской музыки нам, прямо скажем, не приходится. Ситуация же с оформлением музыкальной продукции выглядит довольно странно. Отечественные диски реже продаются дороже болгарских, а, следовательно, начинять их хорошими буклетами, как -то экспериментировать с упаковкой и самим диском, просто невыгодно. В США стоимость упаковки для компакта составляет примерно 1,15 \$. В Беларуси печать буклета для диска (из тиража в тысячу экземпляров) обходится в 17-18 центов. Себестоимость одного диска при этом где-то около доллара. Понятно, что даже самое незначительное увеличение расходов на печать или бумагу существенно повышает стоимость продукта.

При этом немногие станут платить за отечественную музыку, сколь бы качественной она ни была, дороже, чем может стоить подделка или дешевый и при этом красочный российский компакт. Но, что любопытно, белорусские диски тоже подделывают. Так, например, на рынке в Ждановичах отлично расходилась пиратская копия альбома «Try carapachi» N.R.M. Тираж подделок, как правило, небольшой, а полиграфия просто примитивная. Музыка (пожалуй, после дизайна) наиболее массово представляет современную культуру. Но понятие культуры не должно ограничиваться лишь музыкальным содержанием диска. Существует и графическая культура, которая в отношении оформления продукта стоит на первом месте. К сожалению, в музыкальном мага-



3И-

не белорусские компакты замечаешь в последнюю очередь. Диски многих наших исполнителей, а особенно хоровых, ансамблевых коллективов, выглядят крайне непрезентабельно. Они автоматически записывают себя в отдел распродаж — по килограмму за доллар (тоже пока недостижимое европейское роскошество). Стремление сэкономить на дизайнере, уверенность (продюсера или музыканта) в собственном художественном вкусе и знание в лучшем случае Photoshop приводит к тому, что белорусские музыкальные новинки «раскрывают» себя только ограниченному кругу знатоков. Кстати, многие известные белорусские музыканты имеют художественное образование, но не являются практикующими художниками или дизайнерами. Например, среди участников легендарной «Бонды» были скульптор, живописец, дизайнер интерьеров. А в «Мрое» трое из четверых закончили художественное училище. К счастью, эти музыканты склонны чаще обращаться к профессиональным дизайнерам, чем рисовать самим — в этом плане «Тгу сагарасhi» N.R.M. -исключение, хотя и не самое приятное.

История № 2. О маленькой черной пластиночке из коллекции Сергея Стельмашонка.

«В советское время хорошей музыки попадалось немного, и когда в магазине «Мелодия» была декада чешских пластинок, выстраивалась огромная очередь. Мы туда влетали, оглядывались вокруг огромными глазами и хватали то, что было просто красиво, а потом приносили домой и расслушивали. Иногда попадалась откровенная фанера, а иногда что-то очень интересное. Из югославской декады была такая очень интересная пластинка — черная с маленькой цветной картиночкой посередине. Я ее схватил из-за обложки. А там оказалась замечательная музыка. Так что 60% успеха диска приходится на дизайн, я думаю».

Поупражняться в оформлении музыкальной продукции у белорусских дизайнеров больших возможностей не было. Зато было желание. Среди известных графиков много меломанов, и виниловые пластинки (интересно, как лет через 15 мы будем объяснять детям их назначение?) имели для них не только утилитарную сторону. Сергей Стельмашонок превращал черные кругляши в ухмыляющиеся носатые рожицы. Впрочем, это тема для отдельного разговора. С самого начала белорусской рок-музыки ее графическому оформлению уделялось мало внимания. Первая магнитофонная запись появилась у «Студии 7», предшественницы «Бонды», в 1982 году. Обложки как таковой тогда вообще не существовало, она появляется тогда, когда музыка оформляется в некий продукт, не коммерческий, но уже растиражированный. Обложки первых кассет делались довольно непрофессионально. В оформлении музыкальной продукции развивались традиции самиздата — уникального культурного явления андеграунда. Однако приход новой техники явно не пошел ему на пользу. Самиздат сформировал собственную эстетику, оперируя весьма ограниченными возможностями, а современные обложки дисков отражают бедность мышления, исходящую из богатства средств. Изменения на музыкальном рынке Беларуси произошли тогда, когда группы стали выезжать за рубеж. Белорусская музыкальная культура требовала презентации в более удобных для Европы форматах. Первый успех пришелся на долю группы «Ulis». Обложку их первой пластинки «Чужаніцы», выпущенной в Москве, изготовил Михаил Анемподистов. Это был черный конверт с надписью «Ulis» на латинице и кириллице. Вторая пластинка этой группы «Другое падарожжа» была издана в Польше. Обложку для нее сделал Андрей Дорохин. И, наконец, первый компакт-диск записал а группа «Крама». Она же была первой белорусской группой, которая получила контракт с западным менеджером. Их диск «Vodka on ice» санглоязычными версиями белорусских песен был выпущен в Британии. Идея обложки принадлежала непосредственно Игорю Ворошкевичу: музыканты нашли на вокзале бомжеватого вида старушенцию и сфотографировали ее с гитарой. Тут стоит вспомнить и старушку в наушниках, появившуюся на альбомах группы Kriwi. Бабушки, как можно понять, у белорусских музыкантов — особый пунктик:

«Нашыя бабулькі вельмі адметныя, іх можна разглядаць як стылёвую экзотыку. Калі насельніцтва гарадоў не мае ўласнага твару і яго цяжка ідэнтыфікаваць, то старыя людзі зь вёсак і гарадоў досыць экзатычна выглядаюць у параўнаньні зь людзьмі сталага веку з Эўропы ці Амэрыкі», (Міхал Анемпадыстаў). Дальнейшее развитие компакт-диска в Беларуси было более живым, но не слишком активным. Если начать вспоминать обложки, то окажется, что в памяти засели очень немногие. Отечественные диски попадают в разряд тех, которые нужно спрашивать в магазинах специально. Не удивительно, что они стали продаваться только недавно и только в крупных магазинах столицы. Белорусский диск все еще не рассматривается как коммерческий продукт. Слабость в оформлении компакт-дисков обусловлена тем, что в Беларуси не сложилась система шоу-бизнеса (как, впрочем, и всего остального). И музыка (особенно не-поп-музыка) воспринимается как высокое творчество, далекое от меркантильных интересов. В более развитых странах существует понятие «продукта» — любого, будь то песня, клип, фильм... Как и любой продукт, музыкальный альбом имеет множество «ингредиентов», делающих его заметным для аудитории. Продюсера, музыкальнай альбом имеет множество «ингредиентов», делающих его заметным для аудитории. Продюсера, музыкальная составляющом компанию волнует не только собственно музыкальная составляющая диска, но и вопросы рекламной кампанию, имиджа, графическая и видео-презентация музыкальной концепции. В конце концов, не зря же они Загмайстера приглашают компакты делать! Можно, конечно, поскрипывая офисным креслом, утверждать, что мы тут, понимаете, художники. И кроме собственно музыки нас ничего не ин-

тересует. Конечно, вы правы! Битлз тоже позволили себе когдато выпустить «Белый» альбом. Невнимание к внешнему оформлению отечест-

«НРМ — это не музыкальная группа, это национальная идея.» Алексей Ерховец.

Почти нет белорусских песен на радио, даже на коммерческих станциях. Каким образом музыканты напоминают о своем существовании? Играя в узнаваемой манере, рок-группы тем не менее не особо заботятся о создании собственного графического стиля, который определял бы дизайн-решение обложки дисков и всей комплиментарной продукции.

Свой фирменный стиль, благодаря Дмитрию Галуцкому, приобрела джазгруппа «Apple Tea». Сайт коллектива, решенный в подобном стиле, был назван лучшим в категории «музыка» на интернет -фестивале infoBEL 2000. Владимир Цеслер разработал знаки для «Kriwi», Марка Мермана, группы «Rouble Zone».

С удачного музыкального и графического шага началась «анонимная» группа «Zet» — один из самых интересных музыкальных проектов сегодня. В сентябре в городе появились белые афишки с красным росчерком Z (Зорро!) и надписью «З новым годам!». Решение чисто имиджевое, но очень сильное. Новоподний альбом группы был представлен в начале 2001 лета и с точки зрения дизайна (пожалуй, исключая обложку) не получился выдающимся.

Проекты группы «Кriwi» оформлены в узнаваемой манере: простое шрифтовое решение буклета, хорошая бумага, стилизованные восточнославянские орнаменты. Их первый диск «За туманам» оформляла художница Зоя Луцевич. Особо следует отметить дизайн Игоря Корзуна для сингла группы.

Говоря о «фирменных» стилях рок-групп, необходимо отметить, что они не находят применения в следующих проектах. Почти полностью отсутствует рекламная продукция — плакаты, майки, значки... Хотя недавно замечательное решение было придумано для музыкального проекта «МОRE каханьня». В кассеты вложили презервативы. Мелочь, а приятно!

Еще одна беда для отечественной музы-

ки — синглы. Их почти не выпускают, хотя синглом чаще всего заявляет о себе молодая группа, еще не записавшая полноценный альбом, известная команда может поддержать синглом выход очередного альбома. На моей памяти только два белорусских сингла -N.R.M./«Samotnik», «Kriwi» и «Postscriptum».

История № 3. О вреде наркотиков.
Однажды музыкальная журналистка Таня Замировская услышала про некую растаманскую группу «Непалево», нигде не выступавшую и ничего не записавшую, а потом вдруг увидела худенькую кассеточку «Непалево» с марихуанкой.
Пришла Таня на следующий день к киоску, чтобы купить кассеточку, а еето уж и след простыл. А продавщица ей и говорит: что ты, деточка, ихеще вчера расхватали все. Тогда Таня поняла.

что в Беларуси есть культовые группы.
Культовые группы обращаются к культовым дизайнерам.

Лучшие работы сегодня изваяны такими гигантами, как Владимир Цеслер и Сергей Войченко (Марк Мерман и Алексей Шедько), Михаил Анемподистов («Новае Неба» /«Цэпелины», «Народны Альбом», «Сьвяты вечар» — все в соавторстве), Дмитрий Галуцкий и Олег Устинович (Apple Tea).

В работах Цеслера и Войченко есть концептуальное плакатное начало — их обложки со сложными постановочными фотографиями, историческими стилизациями. Все безупречно точно.

График Анемподистов делает простые, почти самиздатовские, часто монохромные буклеты с выразительной типографикой. «Цэпелины«/«Новае Неба» — почти ксерокс-арт: на грубой (но дорогой) коричневой бумаге — «шершавое» растровое изображение.

Недавно был переиздан на дисках «супольны музычны праект» — «Народны альбом». Диск получился чисто-прозрачным, особого внимания заслуживает шрифтовая композиция на обложке — разномасштабные буквы шрифта 30-х годов.

«Я сябрую і працую з музыкантамі, якія не з'яўляюцца камэрцыйнымі і заўсёды былі ў культурнай апазыцыі. А паколькі гэта некамэрцыйная дзейнасьць, яна мае з большага пратэстовы накірунак. Гэта патрабуе мінімалісцкага падыходу, працягваюцца і традыцыі самвыдату. Я намагаўся ствараць графічны вобраз беларускіх гуртоў». Міхал Анемпадыстаў.

Шрифты — самое больное место в белорусских дисках, но они — один из обязательных элементов. Из-за отсутствия интересных типографических решений задняя сторона диска почти всегда проигрывает обложке. Ново и свежо смотрятся проекты, в которых использованы авторские шрифты — например, Apple tea. Очень часто над шрифтовой частью (разворот буклета и задник) компакта и обложкой работают разные люди. Это одна из причин, по которой обложка стилистически выбивается из остального оформления.

Учитывая, что художники занимаются этим почти бесплатно, можно простить им некоторые профессиональные огрехи. Дизайнеры и рады бы помочь друзьяммузыкантам. И помогают, чаще всего по пружбе

«Нашымі дыскамі займаюцца лепшыя дызайнеры, я ў гэтым упэўнены. Але яны робяць гэта альбо бясплатна. Альбо за тры капейкі. Калі б я зарабляў мільён даляраў, тысяч б я б аддаваў дызайнеру.» Піт Паўлаў.

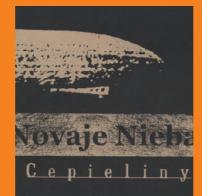
По большому счету все лучшие работы были сделаны почти бесплатно. С одной стороны, такая ситуация идеальна — музыкант полностью доверяется дизайнеру и получает качественный продукт. Те же, кто платит деньги, считает нормальным навязывать дизайнеру собственное решение. Но сегодня компакт-диски дизайнерам заказывают крайне редко. Многие из них (кому повезло) сделали в лучшем случае по три проекта. Остальные в свободное от трудовых обязанностей время оформляют собственные фонотеки (сам видел!), делают обложки к любимым дискам 60-70-х.

А теперь несколько «ласковых» самим дизайнерам. Разговаривая с одним из них, я был удивлен, узнав, что он не ставит своей фамилии на компактах:

«Я достаточно давно работаю. Меня многие знают исполнители. И самая лучшая реклама — это из уст в уста. Было бы не очень скромно выпячивать свое лицо, ведь я работаю не как частное лицо. А как сотрудник рекорд-компании. Тем более что в разработке иногда принимает участие сам автор диска».

Вместо того, чтобы обвинять музыкан-

чтооы оовинять музыкан-< М. Анемподистов, Л. Романчик



тов и продюсеров в невнимании к оформлению своего продукта, может, следует посмотреть на проблему с другой стороны? А готовы ли дизайнеры сегодня проявить свои знания музыкальной культуры и предложить оригинальную графическую концепцию? Исполняя заказ, дизайнер часто отказывается ставить под ним свою фамилию. Странная ситуация: ведь никто не покупает анонимную музыку (музыканту было стыдно и он не назвался), почему же дизайнер стесняется собственного произведения?

В конце концов, не музыкант представляет диск на конкурс графического дизайна! Кстати сказать, Гран-при последнего бьеннале в Брно получил Стефан Загмайстер за дизайн компакт-диска.

Вероятно, нужно довести это до сведения звукозаписывающих компаний - о том, что уж если и ставить производство диска на профессиональную основу. необходимо позаботиться и о его внешнем виде. Сегодня на белорусском рынке достаточно места для 5-6 звукозаписывающих компаний. Если на рынке дистрибуции идет война, то в сфере рекорда почти нет конкуренции. Компактдиски с белорусской музыкой выпускают три лейбла «Беларуская музыкальная альтэрнатыва» (БМА), «Bulbarecords» и «Ковчег» («Vigma» по-прежнему предпочитает кассеты).

БМА поставила своей целью издание не просто исключительно белорусской, но молодой белорусской музыки, альтернативных проектов. Релизы БМА (а их было не так и много, если не считать совместных проектов с другими компаниями) явно не нацелены на получение большой коммерческой прибыли Основной доход в любом лейбле приносит поп-музыка. К этому факту нельзя относиться пренебрежительно - успешная продажа популярной музыки дает возможность записывать альтернативные группы. БМА на белорусском рынке заняла позицию создания имиджевых проектов. На Западе подобный лейбл быстро умирает, и такую роскошь может позволить себе только компания, обладающая другими источниками дохода. Наметившееся сближение БМА и «Bulba-(самой крупной рекорд-компании) может послужить успешному развитию лейбла.

БМА принадлежат три сборника белорусской альтернативной музыки «Вольныя танцы». Необходимо отметить качественный дизайн обложек всех трех альбомов, которые в целом оставляют приятное впечатление как в плане музыкального наполнения, так и дизайна Леонида Романчика.

Компания «Bulba-records» начала работать в конце 1999 года. В формат лейбла вписывается любая белорусская музыка от класики до хип-хопа, поп, рок, джаз... Можно утверждать, что сегодня «Bulba-

Можно утверждать, что сегодня «Bulbarecords» является мейджор-лейблом в Беларуси, владеющим довольно обширным музыкальным каталогом. Кроме звукозаписи компания занимается дистрибуцией лицензионных музыкальных записей.

По словам директора компании «Bulbarecords» Алексея Ерховца, еще два года назад диски в Беларуси покупались не очень охотно. Сегодня на них большой спрос, хотя по-прежнему любой релиз издается на кассетах и дисках в соотношении 1:5. Сегодня 2000 дисков для Беларуси — это достаточно большой тираж. Некоторые альбомы «Bulba-records» издавала только на компактах Алексей

[1]

Шедько/«Сестра», «J-Морс», «N Logo».

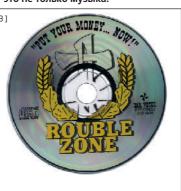
В «Bulba-records» работают несколько продюсеров. Каждый из них отвечает за выпуск альбома от начала до конца. Если он чувствует в себе силы, может взять и подготовить дизайн сам. Например, хипхоперы сами делают дизайн и никому не доверяют. К счастью, эта субкультура сформировала свой тип графики. А что делать отечественной попсе или року?

Расход на дизайн всегда вкладывается в стоимость диска, в некоторых случаях на дизайн может быть потрачено от 5 до 20 % бюджета диска. За два года существования «Bulba-records» выпустила порядка 20-ти релизов.

Компания «Ковчег» на отечественном рекорд-рынке самая старая. С 1991 года она представила уже около 170 релизов белорусских исполнителей (практически каждый хоть раз издавался у «Ковчега«). Многие проекты состоялись исключительно благодаря энтузиазму работников «Ковчега» и на его деньги. Соответственно количеству релизов компания имеет больше всего прецелентов нарушения авторских прав Лиски «Ковчега» неоднократно копировались со значительной потерей качества. Можно утверждать, что именно эта компания первая стала продавать белорус-СКЛЮ МАЗРІКА

Что же касается издания дисков, то во главу угла в «Ковчеге» ставят собственно музыку. Поэтому, составляя бюджет проекта, стараются балансировать на соотношении качества и стоимости буклета. 50% проектов выпускаются в оформлении, предложенном исполнителем.

Медленно, со ржавым скрежетом крутится диск, перемалывая одну прописную истину: компакт-диск — это не только музыка!



История № 4.

Лет через ... к тому менитая музыкальдоктор музыковедения, профессор... Татьяна Замиров-. ская в эмиграции, на смертном одре молча укажет костлявым пальцем на стеллажи дисков, завещая потомкам свою коллекцию. А они, глянув на цветнесут их на блошиный рынок, где их раскупят как под-. ставки для цветочных горшков растаманствующие бабушки и старые волосатые рокеры, которые когда-то, в конце прошлого века, кричали «Жыве Беларусь!», пели под гитару «Народны альбом» и так любили слово «мусіць»

- [1] В. Цеслер, С. Войченко, дизайн-Н. Новожилов
- [2] Bolek & Lelek
- [З] Logo -В. Цеслер, С. Войченко, дизайн — Р. Ветер, Jagger



В. Цеслер, С. Войченко



М. Анемподистов



М. Анемподистов, А. Угленица



Л. Романчик



Первый! Белорусский! Компакт! Идея –Игорь Ворошкевич



Т. Гомза

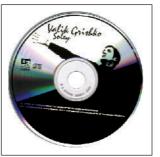
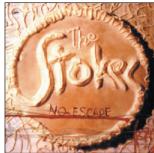


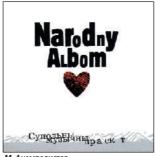
фото И. Корзун



Неизвестный Автор (...а зря!)



В. Цеслер, С. Войченко. Справа — Сурский!



М. Анемподистов







Т. Кушнер и С. Пилипович







Обложка — Kulik, дизайн — Паша

НЕГРОМКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ

Наверное, таким образом следует называть событие, связанное с зашитой дизайнерами дипломных проектов по чисто компьютерной тематике В Белорусской государственной академии искусств и Европейском гуманитарном университете. Наверное, еще ничего особого не произошло, но сам факт является вполне революционным. О приближении события в течение уже нескольких лет свидетельствовало освоение использование компьютерной техники при подготовке курсовых работ и дипломных презентаций; но сам факт подготовки дипломов по дизайну Web-проектов и еще одного - по теме «Детская обучающая компьютерная игра» был все же достаточно неожиданным. Связано это в первую очередь с тем, что в практике дипломного проектирования это было впервые - для БГАИ это был и эксперимент, и определенный риск. Эксперимент удался, подтвердив высокое качество подготовки специалистов, и в то же время указал на необходимость перемен в подготовке дизайнеров, практическая готовность которых к работе в условиях тотальной компьютеризации должна быть абсолютно адекватной.

Два этих обстоятельства заслуживают специального разговора - теория и методология общей подготовки должны обеспечить высокую готовность специалиста к нетривиальному решению сложных задач; компьютер, внедренный в систему художественной пропедевтики, может оказаться сугубой помехой, которая роковым образом скажется на всей системе. Однако времени на старших курсах на освоение самой операционной среды и специальных компьютерных программ может оказаться совершенно недостаточно, а ведь требуется еще и время на погружение в такие специфические темы, как Интернет и новые медиа, сами технологии Web-среды, не говоря уже об эргономике, тенденциях и моде.

Вузовская подготовка, конечно же, должна опираться на нечто более существенное, чем на факт прихода дизайнеров в середине девяностых в уже во многом технологически сформированное пространство WWW. Времени, которое прошло с тех пор, было вполне достаточно для широкого распространения и бурного развития среды - в связи и благодаря развитию компьютерной техники и информационных технологий в целом, но совершенно недостаточно лля возникновения устоявшихся понятий, строгих стандартов и соответствий. Первозданный хаос, эклектика, прямое подражание, доминанта технического начала, мгновенная экспансия модных штучек и дилетантской безвкусицы - Web во многом разочаровывает. Web в лучших своих проявлениях до сих пор во многом пространство фанатов и одиночек; индустриально-колхозный метод ведения хозяйства, все более доминирующий в последнее время, только подчеркивает роль личности в недолгой истории Сети. Web дает дизайнеру свежую возможность творчества в среде гипертекста и интерактивных технологий, но само пространство обычной Web-страницы становится часто слишком маленьким и рутинным для этого творчества.

«Куда уходят дизайнеры», - так называлась одна важная статья прошедшего года в колонке Джеффри Зельдмана на adobe.com (цитируется по переводу Александра Качанова на www.webmascon.com). Проблема стара, как весь рекламный мир. Зельдман пишет: «Многие из талантливых творческих людей ушли из рекламного, издательского, мультимедийного и телевизионного бизнеса в Web, потому что считали, что в Web им удастся спастись от диктующих свою волю клиентов и совершенно несведущих бухгалтеров. И теперь им больно видеть, как в Web'e воцарились те же принципы, что и в старых областях творческой индустрии. И вот опять обитатели мира Web-дизайна ищут себе другое прибежище. Многие из них считают, что с них хватит этого ада и они не возьмутся больше ни за один проект. К сожалению, чаще дело заканчивается только криком, так как без клиентов дизайнеры не живут. Но что более важно, мятеж



дизайнеров ставит под угрозу существование самого Web`a. Если все хорошие дизайнеры перестанут строить сайты, а вместо них в Сети будут царить хакеры, то нашим детям в наследство достанется Всемирная Пустыня (World Wide Wasteland)».

К счастью, эта проблема нам не грозит—в пространстве нашего маргинального Web'а избытка дизайнеров не наблюдается, и о разочаровании в творчестве говорить, наверное, еще рано. Дизайн для WWW способен дать талантливому и ищущему отдушину человеку многое в условиях, когда креативный «бумажный» дизайн востребован в очень малой степени, а на мультимедийные и TV-презентации местный рынок не заглядывается уже давно. Презентации

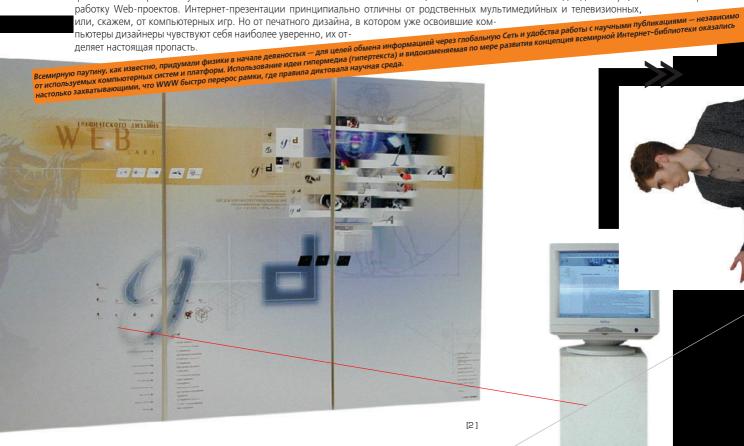




Web высокого уровня могут быть востребованы даже здесь; сам же рынок этих услуг, относительно недорогой, в то же время не имеет выражен-

Вообще же сам Web-дизайн в белорусской части Сети — вещь, вполне отражающая в небольшой модели становление и развитие Web-дизайна как в глобальном пространстве, так и в русскоязычной части WWW. Родовое проклятие белорусского Веба, связанное с его инженерно-техническим генезисом, накладывает, впрочем, свой отпечаток, отличая это пространство от РУНета, к примеру, мизерным количеством гуманитарных ресурсов и прагматичной ментальностью людей, создающих современные ресурсы Сети. Тем более заметными в этом пространстве являются креативные личности, с именами которых связано начало и развитие белорусского Web-дизайна, и тем более важным становится разговор о приходе дипломированных дизайнеров в белорусский Web. О первых важно говорить еще и потому, что опыт и время активного нахожде ния в Сети не покупаются и не передаются. Сам факт работы наших первых и лучших дизайнеров с Web-проектами уже в начале активного развития пространства (в 1996, 1997, 1998 годах — в эти отдельные эпохи WWW) выдвигает Андрея Азарова, Андрея Савицкого, Антона Грековича, Дмитрия Болашева в число экспертов, мнение которых о дизайне Web-презентаций, о появлении и обучении специалистов в этой области является

Сегодняшние дипломники по сравнению с дизайнерами, которые пришли в Web или через рутину утилитарных задач рынка, или с веригами полиграфического дизайна, уже сами по себе особенно интересны — именно из-за отсутствия шор и шаблонных подходов и большей готовн ости к созданию гипертекстовых проектов и пониманию их дизайна. Обучение на практических задачах в условиях дефицита времени и при наличии необразованного клиента — вещь типическая и опасная для становления дизайнера. Полиграфическая школа, на самом деле важная для профессиональной работы с учетом массы технологических сложностей и нюансов, становится большой помехой для дизайнера, взявшегося за разработку Web-проектов. Интернет-презентации принципиально отличны от родственных мультимедийных и телевизионных,





FS888888888888





Валерий Лобко

Диплом для кафедры дизайна ЕГУ (автор Ольга Вышка, научный руководитель И.Я. Герасименко) [1], в отличие от указанных проектов, был доведен до работающей Flash-заставки и гипертекста, а само проектирование (три варианта дизайна) выполнено как модель реального заказа. Возможно, такой подход, когда автор занимается не только концепцией, но и рутиной реализации проекта, выглядит как некоторый анахронизм, но он исключительно важен для

понимания технологий и плодотворной работы в команде. Разрыв в этой области между дизайнером и программистом, к примеру, не позволяет в полной мере реализовать многие технологии или сильно ограничивает саму возможность сохранения оригинального дизайна сайта. Впрочем, и возможное слияние в одном лице дизайнера и программиста (как у Джеффри Уина в книге «Искусство и наука Web-дизайна») выглядит скорее исключением и едва ли может тиражироваться — скорее, здесь важнее взаимопроникновение, понимание технологий, подходов, специфики работы друг друга, это привычно для индустриального дизайна, но требует распространения и на Web-дизайн.

БУМАГА КАК СУММА БЫТИЯ

Представленный 8 мая в Музее современного искусства проект Ольги Сазыкиной «Лаборатория ускоренного роста» можно рассматривать как итоговый: в него включены наиболее значимые работы последних четырех лет. Большинство из них выполнено в технологии hand made paper. Экспозиция фиксирует первенство автора в работе с этим материалом в местном культурном пространстве

той» публики иметь бумажный витраж или абажур к светильнику, — если уж нет настоящего китайского фонаря, и т.д., не говоря уже о бумажной «от кутюр» и о том, что за «японское» оформление интерьера — где бумага как архитектурный и декоративный материал играет важную роль — проектировщику сейчас платя как минимум вдвое больше, чем за обычный. В Европе наблюдается всплеск интереса к технологиям, связанным с бу-



(1) «Инкарнация в Синий, или Посвящение Иву Кляйну» (1999, Академия искусств в Марселе, Франция). Синий цвет, созданный и запатентованный художником как Международный Синий Кляйна (IKB), стал своеобразной торговой маркой его творчества. Этот цвет, по его утверждению, вызывает ассоциации только с цветом моря или неба — самыми неуловимыми и абстрактными элементами природы. Кляйн оставил после себя разнообразное творческое наследие, в том числе серию картин, выголненных с помощью огня. Кляйн входил в группу так называемых новых реалистов, искавших альтернативные виды творчества в противоположность традиционной живописи маслом на холсте. Отдал должное бумаге как материалу в своих экспериментах.

Бумага — особенно ручного изготовления — вошла в моду в дизайне и искусстве, в том числе в искусстве жить: сейчас стильно посылать и получать письма на настоящей ручного производства индийской или китайской бумаге, рассматривать ее и говорить о ней на чайных, кофейно-курительных и прочих интеллектуальных церемониях. Сюда же относится желание эстетически «продвину-

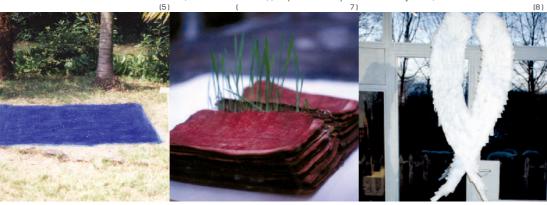
мажным производством: организуются профессиональные пленэры, форумы и даже кафедры бумаги в высших учебных заведениях художественного образования. Причина интереса к материалу и технологии лежит в культурном переосмыслении отношения к бумаге. Как носитель текста бумажный лист давно — еще до изобретения печатного станка, не говоря уже о «после» — в буквальном

смысле основа европейской цивилизиции. Термин – основа по отношению к бумаге традиционно употребляется, когда речь идет о графике, акварельной живописи и т.д. Однако сейчас внимание переключилось на пластические и семантические свойства самого материала. В этом смысле бумага открывается заново европейскому глазу. Осваивая дальневосточный прищур, он воспринимает материал как эстетический феномен, рассматривает его особую пластику, богатство фактур, а также такие специфические его свойства, как хрупкость, недолговечность (априори отрицательные с утилитарно-прагматической точки зрения), в гораздо более широком, в том числе философском, аспекте. Имманентно присущие материалу свойства становятся выражением смыслов различного уровня, и именно это, а не «побочный» декоративный эфтеатрально-художественного института, Сазыкина десять лет проработала на стеклозаводе «Неман») в ее проектах наметилась смысловая - и вследствие этого формообразующая - связь материал-тело: «В работе над стеклом меня всегда завораживал момент в буквальном смысле влыхания жизни в этот материал. Слово вдохновение - от «вдохнуть». Бог вдохнул жизнь в человека. Интерес к оживлению, анимации человеком-художником материи, материала остался и после расставания со стеклом, когда я стала работать в живописи и графике (по времени - не очень долго)». Последний графический проект Сазыкиной - «Дневник дыхания, или Мимика легких» (1997) графическим был только в смысле способа исполнения. На черных больших бумажных листах (еще не hand made), как бы в космической пустоте, в течение нескольких

ляющих проект «Лаборатория ускоренного роста», это измерение присутствует вполне осязаемо.

Согласно авторской концепции, бумага как конкретный материал с константными физическими характеристиками (каковые имеются у стекла, камня, глины, металлов и т.д.) не существует.

Бумага есть функция: она - носитель и хранитель информации, в том числе энергетической. Именно это объединяет папирус, пергамент, бересту, вываренное старое тряпье, перемолотое в целлюлозу дерево... Физические параметры целиком определяются культурным контекстом бытования бумаги. В последнем по времени из представленных работ цикле О. Сазыкиной «Автобиографические поверхности» исходная идея - бумага есть слой. Культурный слой и в переносном, и в буквальном смысле. Слой/сплав. Принцип соединения, сумма (и как результат, и как объединяющий процесс) физических и нефизических ингредиентов - от волокон осоки с соседнего озера до вздоха влюбленного подмастерья, кладущего мокрую пульпу на стальную сетку с водяным знаком. Сумма бытия. Поперечный срез времени толщиной в бумажный пист. Материально закрепленная связь всего со всем в данный момент. В этом археологическом аспекте уравниваются понятия результатов и отходов бытия - в частности, человеческого. Наслоения протяженной во времени структуры жизни копятся по принципу геологических слоев земли. По затрепанному листку в клеточку с несколькими неумелыми пиктограммами можно реконструировать мезозойскую эру собственной жизни, констатировав попутно, что и динозавры, и папоротники давно переплавились в каменный уголь под гнетом последующих слоев. Слойсплав соединяет остатки, останки, осколки и обрывки, дребезги жизни, создавая новое единство. В органической жизни это естественный процесс, и мусор XII века - питательный гумус археологии, культурологии и т.д. Применив принцип культурного слоя к саморетро-



фект, делает художественную акцию «Лаборатория ускоренного роста» явлением современного актуального искусства. Она интересна отсутствием внешнего «дизайнерского» декоративно-прикладной — так сказать. горизонтальной - линии развития темы. Быстро пройдя техническую стадию освоения материала, Ольга продолжила в нем прежнюю свою линию работы, которую можно назвать концептуальноантропологической. Еще в период работы со стеклом (закончив в 1975 году отделение керамики Белорусского дней ею фиксировался в сети белых линий ритм собственного дыхания. Было получено изображение собственной уникальной энергетической структуры (рисунок дыхания каждого человека отличается от других так же сильно, как энцефалограмма или отпечатки пальцев). Эта акция — медитативно-художественная практика, где результат (серираточение и осознание себя через дыхание) равноправны. В концептуальные параметры произведения входит измерение времени. Во всех работах, состав-



(2) Инсталляция «Единица персонального измерения» имеет варианты названия: «Дорога жизни», «Дорога из писем», «Ткань текста»... Мотив ленть (tape-art) был задан для выставочного проекта «Традиции и современность» (1997, галерея «6-я линия«). В инсталляции в качестве нитей для «ткани жизни» использованы подлинные письма.

(3) У бумаги есть голос: шорох, скрип, шуршание, шелест, иногда стук, свист, а также звуки, для которых еще нет названий. Музыкальная акция с инструментами из бумаги была проведена на международном пленэре «Хартията» («Бумага«) в Болгарии, 1999.
[4] «Семибуквенный крест или удовольствие

(4) «Семибуквенный крест или удовольствие от текста» (1999, Международный пленэр «Расширение пространства» в Центре скульптуры в Ороньско. Польша).

(5) «Квадрат Е-2, Эль Парадизо». Акция, в которой импровизационный момент подтвердил концепцию: огромные муравы сожрали зерно, «вплавленное» в бумажную массу, еще до того, как оно успело прорасти в соответствии с замыслом художника. «Парадия»: по есть Рай, на земле невозможен — даже в форме художественной акции, — вынуждены были констатировать участники выставки «Inter Viso» на вилле Мончеррато в Италии, организованной искусствоведом Пио Монти и куратором проекта Евлалией, Домановской, Польша, 1999.
(6) «Скатерть из лепестков» (1997, немецко-

 (6) «Скатерть из лепестков» (1997, немецкобелорусский выставочный проект «Тексты», Минск, Белорусская академия искусств).
 (7) «Одна очень старая история» (1999,

галерея г. Добрича, Болгария) [8] «**Крылья желания»**, или «Авторская версия Вавилонской башни», (*1998, Бремен, галерея*

Института Гете) (9) «**Время кофе, или Воспоминания о будущем»** (1998, Бремен, галерея Института спекции, автор «Автобиографических поверхностей» сплавила собственный «пепел дней»: личный архив (тексты, фотографии, работы), компоненты материи тонкой (бред, сон, явь, иллюзии, мечты, пассионарность), подкрепив и заземлив их грубым материальным продуктом (гипс, мел, песок) и некой средней мифической субстанцией (пух крыльев ангелов, телесные оболочки — в данном случае фрагменты поверхностей телесного бытия: волосы, кровь и т.д. — проявленные в материале фрагменты, или срезы, тела жизни)

Концепция проекта есть концепция экзистенциальная: это стремление создать законченную систему своего бытия, попытка осознать себя как целостность, как результат совокупности множества пересекающихся процессов, в том числе психофизиологических, - и стремление к осмысленной завершенности каждого их них.Любой из бумажных клонов «Автобиографических поверхностей» - некая новообразованная материя, являющая собой продукт бытия человеческой особи, гражданки С. (которая материально и духовно состоит из тех же компонентов, но самоосознанных) - продукт переработанный и облагороженный, т.е. бумага. Идея проекта - гуманизация (антропологизация, анимация) мусора, отходов, вторсырья — следов жизни через их сенсуализацию: «Когда б вы знали, из какого сора...». Классическая формула отсылает к общекультурному контексту био-, ноо- и прочих сфер Земли, завершая концепт проекта циклическим возвращением. По этому поводу автор, в частности, говорит: «В экспериментах с бумагой, помимо ее пластически-визуальных свойств, помимо связанного с ней необъятного ассоциативного ряда, меня привлекает «тактичность» этого материала по отношению к среде. Экологически чистый материал из природного сырья (иногда совсем неожиданного: крапивы, древесины, коры, тины, сухих листьев и др.) легко и естественно приходит из среды и уходит в нее. Во взаимоотношениях с миром помимо эстетического для меня становится все более и







Коттедж п. Цна

Уникальный стиль работы Компании ОДО «Волис» - «Три в одном». Тесное сотрудничество каждой из структур: Волис Строй -дизайн и строительство, Волис Групп - производство и поставка отделочных материалов, Волис-стиль производство мебели, позволяет в комплексе решать задачи, поставленные дизайнером и клиентом и дает возможность создания интересных интерьеров.

Современный зодчий, архитектор-дизайнер - это человек, одинаково хорошо разбирающийся в дизайне, строительстве, технологических новинках, современных материалах, истории искусств, психологии, экономике и юриспруденции. В штате компаний специализирующихся на строительстве и создании интерьеров квартир, особняков, ресторанов и офисов могут работать только профессионалы с большой буквы, лучшие из лучших. Именно такие люди составляют стержень компании «Волис Строй», работающей на строительном рынке с 1994 года. На ее счету немало значительных и достойных объектов, среди которых офисы крупных компаний, магазины, салоны, частные квартиры ... Девиз компании: «Создаем пространство для жизни, отдыха и работы».



Задача дизайнера прочувствовать стиль и ритм жизни обитателей создаваемого им пространства. Дизайн интерьера офиса страховой компании "Альвена-Инфо", разработанный Аллой Концедайловой, отвечает современным эстетическим и функциональным требованиям. Это стало возможным благодаря слаженной работе творческого коллектива единомышленников: архитекторов, дизайнеров, строителей, ведущих объект от идеи, подбора и грамотного использования современных материалов до конкретного воплощения проекта в жизнь. Без преувеличения можно сказать, что архитекторы, дизайнеры и строители уважительно относятся к каждому миллиметру прорабатываемой площади объекта. Игра объемов, перепады пространства создают неожиданные эффекты и вносят необходимое разнообразие при восприятии интерьера.



Офис страховой компании "АльВеНа-Инфо"

Офис страховой компании "АльВеНа-Инфо"



ВАЛЬДЕМАР



Анджей Вайда: «Постоянство форм и средств выражения позволяет этому Художнику занимать свое собственное, неизменно высокое место. Это удивитель-но, тем более что со временем плакат превратился либо в графический знак фирмы, либо в фотомонтаж с неотъемлемыми лицами актеров. Но осталось место и для рисо-ванного плаката, плаката, нарисованного с размахом и юмором. Эта лихость и жизнерадостность рисунка отличает плакаты Вальдемара Свежи, а увле-чение портретом, человеческим лицом делает его работы явлением . беспрецедентным для конца XX Bekan

«Я хотел стать художником, а из ме**ня получился Свежи,»** — так, перефразируя Пикассо, говорит о себе один из асов польского плаката. Внешне Вальдемар Свежи слегка напоминает известнейшего творца XX века: рост 175 см, вес 83 кг. Сам себя называет «бывшим шатеном». Хорошо сложен, двигается с обаятельной ленцой. Особая примета сломанный нос. Рожден под знаком Девы (точнее, 9 сентября 1931 года) в Катовицах. Мирно сосуществует с Овнами (под этим знаком родились его жена Магда и дочь Дорота).

Достижения на 2000 год: около 1500 плакатов, около 500 книжных обложек и 1000 иллюстраций, а также обложки для дисков, почтовые марки, оформление студий для популярных телепередач. Кроме того, он делает стилизации икон (для собственного удовольствия), изготавливает на заказ портреты знакомых и незнакомых людей, рисует копии ренессансных портретов, изображая на них жену или дочь. Любимая техника темпера, гуашь, акварель, а также пастель и карандаш. Масляными красками рисовал только в годы учебы: во-первых, потому что не выносит их запаха, во-вторых, потому что не было времени рисовать маслом, так как сразу после сдачи диплома он занялся плакатами. «Я зритель», - говорит Вальдемар Свежи сам о себе. Это означает, что он все время приглядывается к окружающим людям и предметам. Знает, как выглядит танк Т-34, черепаха, канарейка и многое другое. Помнит все детали. Так внимательно их разглядывает, что может без труда рисовать «по памяти». У него в голове каталог целого мира. Мыслит он тоже картинками. А людей запоминает не по фамилиям, а по внешнему виду. Ему достаточно несколькими словами описать человека, чтобы его жена Магда без труда поняла, о ком идет речь. Свежи признается, что главная черта его характера – лень. А основной враг его лени - чувство приличия. Он стесняется не столько своих клиентов, сколько коллег и учеников. Хотя преподает с 35 лет, не может избавиться

от дрожи, когда остается лицом к лицу со студентами. Немного приспособился, но не настолько, чтобы чувствовать себя уверенно. Не любит поучать и делать замечания.

И в жизни, и в работе ему всегда сопутствует музыка. Хороший слух и страсть к музыке - это у него семейное. Данное увлечение нашло отражение в серии плакатных портретов знаменитых джазменов. Хотя это не означает, что его любимая музыка — джаз. Он любит все: от классики до кантри, главное, чтобы под настроение. Еще одной врожденной чертой своего характера он считает юмор, говорит, что это генетическое, от отца. Благодаря молниеносной реакции может в любой ситуации с помощью шутки дистанцироваться от неприятностей. Его юмор отражается и в плакатах. Особенно в серии портретов. Часто бывает насмешливым, но не злобным. Подвергнутые деформации лица никогда не становятся карикатурами. Он рисует только тех, кого любит, а над приятелями надо шутить так, чтобы им не было обидно.

До сегодняшнего дня Свежи создал более 250 портретов известных фигур творческого мира – художников, скульпторов, композиторов, музыкантов, режиссеров. В этом собрании изображений не последнее место занимают автопортреты. Он сделал их почти дюжину, представляя свои собственные

Художник запечатлевает выставки. свои черты в мгновение ока, насмехаясь над собой и своей деятельностью. Одна из тайн успеха Свежи - живописность его изображений, приравнивание плаката к картине с помощью технических приемов и композиционных решений. Стоит внимательно присмотреться к оригиналам его работ - и сразу же видишь техническую сложность, множество использованных приемов. А также безошибочность руки и гибкость воображения. Обратите внимание, Свежи не составляет свои плакаты из знаков или символических форм, не превращает плакатную композицию в пластический ребус, интригующий с первого взгляда, но легкий при расшифровке. Иначе говоря, не пользуется рисованными метафорами, так популярными в польском

Свежи пренебрегает принципами рекламы. Не старается обманом навязать потребителю желание купить какой-нибудь товар. Не обращается к подсознанию зрителя, напротив, старается научить его сознательному контакту с искусством. А если представляет с помощью своей афиши какую-либо выставку, фильм или пластинку, то через образ, стилистически соответствующий атмосфере события, и всегда остается самим собой, узнаваемым с первого взгляда Вальдемаром Свежи.

Возможно, на этом основывается вневременность работ художника. В творчестве Свежи отражаются разные художественные течения последних пятидесяти лет. Но он все переделывает в своем оригинальном и идивидуальном стиле. Пожалуй, наибольшей заслугой Свежи стало помещение на плакатах человеческих портретов. Для его портретных работ характерна магия движения. Движения не плаката, а смотрящего. То есть Свежи просто требует от зрителя сделать несколько шагов. Этот прием родился из простого наблюдения: мастер отметил, что первыми ценителями его искусства были прохожие, рассматривающие плакаты на ходу и вынуж денные к быстрому восприятию. Но художник эту скорость обозрения никак не предвосхищает. Он внедряет в сам способ создания портрета иллюзию движения, скоординированного со скоростью человеческой ходьбы Когда зритель останавливается и пробует вблизи рассмотреть модель Свежи, лицо распадается на мелки элементы: точки, мазки, пятна. Все это играет цветами, создавая впечатление буйной абстракции, и надо сде лать несколько шагов назад, чтобы восстановить контакт с художником и его плакатом. Рассматриваемые дистанции пятна вновь складываются в привычном порядке, случайные на первый взгляд кляксы и спутанные линии превращаются в узнаваемые формы. И тут же узнаются знакомые черты музыканта, певца или актера. Лица, запечатленные Свежи, поражают точностью хактеристики. Речь идет не о психологической глубине, Свежи подчеркивает несколько типичных черт, жестов, гримас, форму головы, иногда ее движение. Способом рисунка, каждой деталью композиции Свежи определяет профессию своего героя — его творческую концепцию, подход к искусству. Кроме того, он всегда смотрит на лица своих персонажей тепло, подчеркивая лучшие черты, фактически превознося их. Свежи не любит морализаторствовать, насмехаться над ближними или поучать их. Он хочет только привить им немного оптимизма. А при случае — симпатию к своему искусству.





СВЕЖИ ОПРОС

«Польская школа графики в 70-80 годах была наиболее сильной. К тому же мы знали ее произведения лучше, чем западноевропейский плакат. Польша находилась на рубеже Союза и Запада. В молодости мы выписывали польский журнал «Проект», где часто публиковались работы Свежи. У меня, наверное, тоже есть его плакаты, я покупал их в Варшаве на бьеннале. У Свежи мощное творчество, характерные приемы. Музыкальные и театральные плакаты — наиболее благодатная почва для художника. Я под его влиянием сделал плакат с такими пичужками вылетающими. Когда работаешь, всегда смотришь на других графиков. Его графические приемы очень СВЕЖИе. Это такой портретный плакат».

Константин Хотяновский

«Я не фанат Свежи. Цеслер мне нравится больше. У него смысла больше».

Сергей Евлампиев

«Я не имею права что-то говорить о Свежем. Это великий человек, великий художник. Я был у него дома, он подарил мне шесть своих плакатов. Один из них я передал в Музей современного искусства. Остальные могу вам подарить».

Владимир Цеслер

«Мы все учились у него, и плакаты его всегда потрясали и вдохновением, неожиданностью и СВЕЖЕстью решения. Какое-то время я думал, что Свежи — это псевдоним. Его свободная, хлесткая, немного живописная манера кажется легкой внешне. Но на самом деле она многотрудная. В этом и состоит высший пилотаж: художник делает работу, которая выглядит очень легко сделанной. Свежи совершенно замечательный художник. Какое-то время я пытался приблизиться хоть немножко к мастерству этого человека, потому что он совершенно удивительный мастер, стоящий особняком и ни на кого не похожий. В его работах нет «заказанности», как будто он делал их для себя. Мы все тогда хотели так работать».

Сергей Стельмашонок

«Свежи — новатор. Ведь в 60-е годы не было компьютера. Мне кажется, что сейчас рукодельного почти ничего нет, разучились. Все сканируется, на компьютере рисуется. Создается впечатление, что ему все это не нужно. Все такое живое, даже не видно, что существует какая-то современная компьютерная техника. У него плакатная живопись получается, плакатный портрет. Хотя даже не знаю, можно ли это плакатом назвать — картинки такие, здесь даже откровенно шрифта нет. Это делал не дизайнер, а художник-плакатист. У него «вкусная» техника — пятна, композиция. Но я больше люблю плакаты, в которых есть идея. Плакат может быть очень простым, но он должен заставляет думать. Глядя на работы Свежи, я получаю удовольствие от исполнения, но мозги от них не шевелятся. Мне больше нравятся работы такие, как делают Цеслер и Войченко, а не декоративные плакаты».

Руслан Найден

«Среди белорусских дизайнеров есть расхожая мысль о существовании «плакатного хода». То есть такой штамп — я с этим не согласен. Что такое плакатный ход? У Свежего его нет. Но у него есть необычный живописный алгоритм, сгусток такой, неповторимый росчерк, очень лаконичные изысканные пятна — чисто живописные, перетекающие в фотографику, это вид рисования под фотографику. Но какого-то сюжетного поворота, гипербол, необычных сопоставлений в его плакатах нет. Я отношусь к этому нормально и считаю, что его работы 70- 80-х очень мощные. Когда я учился в институте, был взлет польского плаката. Я под влиянием Свежи и сделал несколько работ для Фестиваля молодежи и студентов в стилистике его театральных плакатов. Настолько они запали своей живописной знаковостью. Очень трудно было от этого отстраниться. Хотя подражать ему очень сложно, потому что он невероятный мастер. Понятно, что он имел живописное прошлое — он живописец. Это вообще настолько мощный художник, ему трудно подражать. Да это и не имеет смысла».

Сергей Саркисов







а. Минск, nn. Свободы 17, офис 711, men.: 206-5006, 206-5060, факс: 213-1933 WWW: <u>http://4wd.bn.by/</u> e-mail: 4wd@bn.by



Тел: 283-17-11 Email: info@nsys.by Web http://nsys.by

ТАЙНА ТРЕТЬЕЙ ПЛАНЕТЫ

НАДЁЖНЫЙ И БЫСТРЫЙ ИНТЕРНЕТ-СЕРВИС OT NETWORK SYSTEMS (NSYS

Преимущества NSYS

- 1.Подключение по телефонным и выделенным линиям.
- 2. Подключение локальных сетей.
- 3. Бесплатный Email.
- 4. Уведомления на пейджер или GSM о поступлении почты.
- 5. Бесплатный доступ к конференциям Релком/Usenet.
- 6. 6MB для Web-страниц.

НОЧНОЙ ДОСТУП В INTERNET всего 15,900 рублей

В стоимость входит:

- 1.Время 01:00-07:00, 14:00-14:30
- 2.Бесплатный Email
- 3.Доступ к новостям
- 4.6MB для Web-страниц

R THOBOM ЭНОНОМИНИ

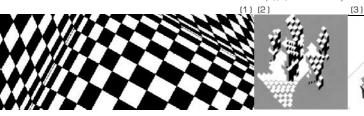
WWW.SIBU.AT

TRA. 80296747047



Вместо предисловия

Сегодня, во времена широкого использования «экранного» — аддитивного цвета монитора, стандартных палитр из всяких «Pale Yellow», «Light Orange»..., а также библиотек цветов PANTONE, TRUMATCH, FOCOLTONE, неонового света и лазерных технологий, необходимо не забывать и широко использовать в профессиональной работе принципы классической цветовой гармонии. Для этого прежде всего нужно выбрать достойный ориентир в истории искусства. Примером для изучения может стать колорит мастеров Возрождения, барокко и классицизма, а колористическим фундаментом для формирования собственной «авторской» палитры— книжная миниатюра в искусстве Востока и Запада. Именно взгляд на истоки колористики позволит вам в профессиональной работе, помимо использования принципов совместимости цветов, еще и грамотно управлять нужными ассоциативными свойствами цветовых отношений. Проблемы цветовой системы и гаммы, ассоциативных свойств, типов колорита не всегда достаточно полно анализируются дизайнерами, хотя здесь наряду с субъективными предпочтениями существует своя, проверенная веками, логика. Например: героические, благородные, строгие, звонкие цвета необходимы для работы в классическом стиле. Ядовитыми, слащавыми, пронзительными, мыльными, кисельными, эротическими и другими цветами можно пользоваться лишь в том случае, если дизайнер работает в антиклассических стилях «а-ля» поп, психоделика, «панк», «новая волна», «граффити», «техно» и т.д. Но как полнее разобраться в этом хитросплетении цвета и стиля, ассоциаций и символики, академизма и вседозволенности? Можно ли сохранить свой творческий почерк и в то же время избежать профессиональной безграмотности или явной архаичности? Статья крупнейшего специалиста в цветоведении, доцента Белорусской государственной академии искусств, кандидата архитектуры Ленины Николаевны Мироновой безусловно поможет вам в этом. Ведь эта статья служит конкретной цели — цели сохранения классических традиций высокого искусства цвета и колорита в современном дизайне!



(1) (2) АХРОМАТИЧЕСКАЯ ДИАДА БЕЛЫЙ — ЧЕРНЫЙ

В этой паре цветов есть и противоположность (контраст), и единство, т.к. оба они экстремальны. Белый - самый светлый, а черный - самый темный. Устойчивость этого сочетания обусловлена не только его простотой, но также и содержательностью. Каждый из двух цветов этой диады является символом множества архетипических понятий а в целом она отображает универсальный закон парных противопоставлений: высокое - низкое, небо - земля, мужское - женское, жизнь - смерть, добро зло. Диада белый – черный была широко употребительна в доисторических и примитивных культурах; в древности особой приверженностью к ней отличались парсы, поклонники Ахура Мазды. Весь мир они видели как арену противоборства двух сил: белого сияющего Ахура Мазды и черного «гнусного» Ангро-Майньи, то есть добра и зла. Диада белый - черный не потеряла своего значения вплоть до наших дней. Мы встречаем ее там, где нужно выразить нечто серьезное, строгое, спокойное, лишенное суеты, а иной раз трагическое, резкое, бескомпромиссное. Вспомним косдипломатов, музыкантов. женихов и невест, черные рясы монахов на фоне белых стен кельи, черно - бе-

лые гаммы трагедий Шекспира, Леонида Андреева, фильмов Тарковского... В живописи мы встречаем отказ от хроматических цветов у старых мастеров Европы на склоне их лет, у художников философского склада - метафизиков, концептуалистов, а также у супрематистов и конструктивистов, которые отрицали цвет ради формы (разумеется, не все и не всегда).

АХРОМАТИЧЕСКАЯ ГРУППА БЕЛЫЙ, ЧЕРНЫЙ И СЕРЫЕ (3)

Смысл и область применения этой системы радикально отличаются от чернобелой. Здесь нет резких контрастов; отношения цветовых пятен строятся на нюансах, которые способны вызвать в душе зрителя тонкие оттенки чувств и эмоций. Серые краски мы часто наблюдаем в природе, и не только в северных широтах, но везде. Это краски облаков, тумана, снега, дождя, воды в реках, озерах, морях. Они хороши в окраске животных и птиц. земли и коры деревьев. Светлые оттенки серого на фасадах зданий, в интерьерах, на поверхности приборов и аппаратов физиологически оптимальны, они не утомляют зрение и не отвлекают внимание лишними раздражителями. Разумеется, при проекти-ровании цветового климата замкнутого пространства нельзя ограничиваться

только ахроматической системой цветов; рекомендуется дополнять ее небольшими по площади хроматическими акцентами.

В. Голубев

монохромия -**C ОТТЕНКАМИ ИЛИ БЕЗ НИХ.** (4) (5)

Так называется цветовая композиция (система), в которой доминирует один хроматический цвет, а также могут использоваться его оттенки и ахроматические цвета. Приводить примеры монохромной композиции в живописи, архитектуре или прикладных искусствах нет необходимости, т.к. читатель без труда найдет ее в любом жанре искусства любой эпохи. Природа также изобилует подобными примерами. Монохромия дает возможность художнику, во-первых, достигнуть желаемого эффекта минимальными средствами; вовторых, сосредоточить внимание зрителя на какой-либо одной эмоции, мысли, чувстве, ассоциации (например, голубая гамма настраивает на лирический лад, а красная возбуждает или внушает тревогу); в-третьих, если главным средством художника является форма, то ему нет необходимости в широкой палитре. Он может ограничиться одним хроматическим цветом и его оттенками (второе не обязательно).

СОВЕТ Первый и главный

При работе над цветовой композицией любого объекта необхолимо выбрать соответствующую цветовую систему и строго придерживаться ее от начала и до конца. В истории искусства известно примерно восемь-десять таких систем, то есть сочетаний цветов, устойчивых во времени и признанных лучшими в культуре всех народов. Запомните эти системы

ПОЛЯРНАЯ ЦВЕТОВАЯ КОМПОЗИЦИЯ

Так называется система, основанная на паре дополнительных (или контрастных) цветов. Дополнительные цвета расположены на концах диаметра 10-ступенного цветового круга. Запомните основные взаимно-дополнительные пары:красный — зелено-голубой, оранжевый – голубой, желтый – синий, желто-зеленый – фиолетовый, зеленый – пурпурный. Контрастные цвета можно найти на концах диаметра 12-ступенного цветового круга. Основные контрастные пары: красный — зеленый, краснооранжевый — голубой, оранжевый — синий, оранжево-желтый — сине-фиолетовый, желтый — фиолетовый, желто-зеленый пурпурный. Полярные системы имеют давнюю историю — как в изобразительном искусстве, так и в культуре (мифологии, религии, литературе). Хроматическая пара синий — желтый была канонизирована в древней китайской философии как символ основных космических начал ян-инь. В мантической (гадательной) Книге Перемен категория ян обозначается синим цветом, а инь— желтым. Гексаграммы этой книги представляют собой коды всевозможных жизненных ситуаций, где в разных пропорциях сочетаются синее и желтое начала, т.е. небесное и земное, мужское и женское, светлое и темное, активное и пассивное, положительное и отрицательное. Пример сакрального осмысления хроматической пары красный – зеленый видим в христианской иконографии. Одежды Бога и святых часто изображаются красно-зелеными в знак того, что они причастны как небесному царству, так и земному существованию. В живописи и декоративно-прикладном искусстве примеры полярных сочетаний неисчислимы. Художники ощущают гармоничность таких сочетаний в силу известной закономерности цветового зрения — стремле ния глаза к цельности (эту закономерность впервые исследовал и научно сформулировал И.В.Гете в конце XVIII-начале XIX века). Два полярных цвета, одновременно воздействуя на глаз, вызывают в нем такую же физиологическую реакцию, как и полный спектр, то есть белый цвет. Поэтому полярная пара в физиологическом отношении способна создать такой же «цветовой космос», как и многоцветие.



(8) (9) (10) ТРЕХЦВЕТНЫЕ СИСТЕМЫ

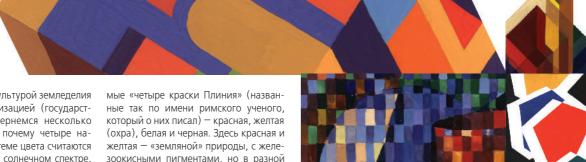
Древнейшей трехцветной системой является триада, состоящая из белого, красного и черного. Американский ученый В.У.Тернер предполагает, что эта триада возникла из черного и белого путем превращения белого в пару белый — красный. Каждый из цветов первичной триады символизирует жизненно важные для данного народа ценности, а вместе они образуют своего рода систему со множеством функций. Окраска в белый, красный и черный используется в магических обрядах, при инициациях, жертвоприношениях, в молитвенных актах, в одежде. Сочетания цветов первичной триады мы часто видим и сегодня – в геральдике, рекламе, одежде, плакатах, городской суперграфике. Помимо первичной триады, включающей только один хроматический цвет, в искусстве известны также хроматические трехцветия, образующие основу трехцветной композиции. Такие трехцветия можно составить при помощи 12-ступенного круга, если вписать в него равносторонний треугольник. Вершины треугольника укажут на цвета триады. Из 12-ступенного круга можно получить четыре основных трехцветия. Одно из них - красный, желтый, синий — представяет собой сочетание основных красок, которое можно встретить в изобразительном искусстве всех эпох, начиная с древности. Эту триаду называют классической. Другое канонизированное трехцветие — это красный, зеленый и синий — сочетание основных цветов, дающих в слагательной смеси ахроматический цвет (белый или серый). Триада КЗС служит основанием колориметрической системы, т.к. любой цвет можно составить из слагательной смеси этих трех, взятых в определенных количественных отношениях. Такие «физические» триады строятся на основе 8-ступенного круга таким же методом, как и «красочные», но равносторонний треугольник при этом нужно заменить равнобедренным. Трехцветные сочетания приобрели особый смысл в христианской культуре, поэтому они часто применяются в иконописи.

(11) (12) **ЧЕТЫРЕХЦВЕТИЕ**

Система четырех основных хроматических цветов появляется только в эпоху цивилизации, в древних рабовладельческих государствах (Египет, Месопотамия, Китай). В эту систему входят, помимо красного и желтого, также зеленый и синий цвета. Для того, чтобы производить зеленую и синюю краски, необходимо было добывать металлы и минералы, уметь обрабатывать их механическими и химическими способами. Но еще более необходимо было почувствовать ценность синего и зеленого цветов, увидеть в них знаки фундаментальных жизненных ценностей, поверить в их магическую силу. В синем древние люди видели знак неба, обители солнечных богов Атона, Сурьи, Митры, Феба, Амона-Ра... Зеленый же цвет был знаком земли, ее плодов и земных богов: Осириса, Таммуза, Атиса, Деметры, Персефоны... Как солнечные, так и «растительные» боги появились только

на которых строится храм, или с четырьмя стенами жилища человека, или с четырьмя конечностями, на которые опирается животное. Четыре — это первое «архитектурное» число в натуральном ряду чисел. На нем основано членение пространства и отсчет времени, конструкция тела человека и множества сотворенных им вещей. На четырех красках строится и «цветовой космос». Существует еще одна четырехцветная система, более древняя, чем хроматическое четырехцветие. Это так называе-

— радугу. Примитивные народы сочинили о ней множество мифов, в которых этот феномен обожествляется или служит знаком важных событий. Во многих мифах радуга трактуется как мост между небом и землей, по которому боги спускаются к людям, а люди могут (иногда) подниматься на небо. В Священном Писании радуга — знак завета (договора) между Богом и человеком о том, что «не будет более вода потопом на истребление всякой плоти, которая на земле» (Бытие, 9 — 16). Так было освя-



вместе с высокой культурой земледелия и развитой цивилизацией (государственным строем). Вернемся несколько назад и поясним, почему четыре названных в этой системе цвета считаются основными. Ведь в солнечном спектре, как все мы знаем с детства, семь цветов. Однако три из них воспринимаются нашим зрением как составные, промежуточные: оранжевый составлен из красного и желтого, голубой из синего и зеленого, фиолетовый из красного и синего. Поэтому, строго говоря, оранжевый, голубой и фиолетовый — не основные цвета. Что же касается красного, зеленого и синего (спектральных), то они воспринимаются зрительно как обособленные и независимые. Впервые этот факт был объяснен Т. Юнгом и Г.Гельмгольцем в XIX веке. Из четырех основных хроматических цветов можно получить все разнообразие остальных то ли слагательным, то ли вычитательным способом. Четыре основных цвета можно сравнить с четырьмя столпами,

зоокисными пигментами, но в разной концентрации. По существу, это четырехцветие - разновидность первичной триады (красный, белый, черный), такое сочетание встречается во все эпохи – от первобытных наскальных росписей до современной живописи. Оно всегда содержит в себе нечто серьезное, но без суровости черно-белой гаммы, некий «скрытый жар». В этой цветовой системе содержатся символы непреходящих ценностей - веры, покоя, стабильности, единения. Недаром эта гамма доминировала в европейской живописи XVII века и недаром ее предпочитают нынешние «метафизики».

МНОГОЦВЕТИЕ (13) (14)

Еще в доисторические времена люди заметили удивительное небесное явление

щено и канонизировано семицветие радуги, а число семь стало самым почитаемым и структурообразующим числом Ветхого завета. Семицветие было основной системой в христианской живописи Европы. Все краски сияют отблеском божественного света и напоминают что-либо драгоценное и светоносное: огонь, солнце, золото, изумруд, бирюзу, небо, аметист; все цвета радуги слагаются в единый белый свет и тем самым возвращаются от многообразия к единству. Число семь, так же, как и единица, ни на что не делится, но включает в себя два сакральных числа – три и четыре. Седмица занимает почетное место среди чисел от Пифагора до наших дней. В многоцветной «радужной»

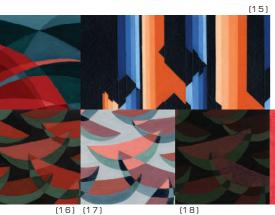
(14) (12)

системе неуместны тусклые земляные и натуральные цвета: серый, коричневый, бурый, болотный, табачный, песочный и т.д. Все эти краски составляют другую систему, употребительную в других культурах. Чистое насыщенное многоцветие нашло свое место и в культуре XX века, но здесь оно приобрело другой смысл по сравнению с древностью и средневековьем. В наше время эта система заряжена динамизмом, энергией, молодостью, а порой грешит суетливостью и хаотичностью. Впрочем, всё зависит от гармонизации входящих в нее красок, то есть их конкретных характеристик.

(15) (16) (17) (18)

ЦВЕТОВЫЕ РЯДЫ

Цветовые ряды, как хроматические, так и ахроматические, часто используются в прикладном искусстве, плакатной или книжной графике, в живописи стиля «оп-арт». Цветовым рядом называется последовательность цветов, у которых по крайней мере одна характеристика общая (светлота, чистота или цветовой тон), а остальные закономерно изменяются от одного цвета



(15) к другому. Различаются следующие типы рядов: 1) разбелы, 2) зачернения, 3) ряды по цветовому тону, 4) ряды по насыщенности. Ряд разбелов получается путем добавления в чистый колер белил в таком количестве, чтобы контраст между соседними цветами был одинаковым от начала ряда до конца. Ряд зачернений получается аналогично при добавлении в колер черной (или коричневой) краски. Ряд по цветово-



му тону получается добавлением в исходный колер (например, красный) соседней краски (например, желтой), чтобы получился постепенный переход от красного к оранжевому или желто-оранжевому. Ряд но насыщенности получается при добавлении в исходный колер серой краски, одинаковой яркости с исходной. Преимущество цветовых рядов - почти автоматическая гармонизация цвета, позволяющая художнику сосредоточить внимание на проблемах формы, пространства и света. В живописи стиля «оп-арт» цветовые ряды незаменимы для достижения эффектов освещения, сияния и деформаций различного рода. Мы перечислили восемь основных колористических систем, наиболее укорененных в практике искусства. У каждого современного художника (любого жанра) может быть своя индивидуальная палитра и своя цветовая система, кроме перечисленных здесь. Но если этот художник желает встретить понимание у своих зрителей и современников, он должен строить собственную систему на основе логически ясного принципа. Отсутствие такового в произведении искусства тоже может играть роль своеобразного принципа, но чаще всего это свидетельствует о недоразвитости художника или о его установке на отрицание, разрушение, возврат к хаосу; такой путь ведет в тупик и обречен на бесплодие.

СОВЕТ второй и не менее важный

Придерживайтесь определенного типа колорита. Художественные качества цветовой композиции зависят не только от выбора красок, но и от типа колорита.Будем называть этим термином нечто общее в картине (или изделии прикладного искусства), объединяющее цветовые пятна и создающее целостную гармонию. Таким объединяющим, или гармонизирующим средством может быть 1) разбел всех красок, 2) зачернение их,

- 3) приглушение
- (получаемое смесью чистых красок с серыми)

Соответственно будем различать типы колорита: разбеленный, зачерненный и приглушенный. Кроме того, весьма распространен колорит, основанный на сочетании чистых красок (назовем его насыщенным). В классической живописи частот встречаем совмещение двух типов колорита в одной картине: например, на переднем плане помещаются пятна насыщенных цветов, а на заднем — разбеленных или приглушенных. В классическом колорите даже относи-тельно чистые цвета какими-либо средствами сближаются, т.е. гармонизиру ются. Для этого могут служить многократные лессировки, тени, блики, световые эффекты; слишком яркие краски немного приглу-шаются какими-либо подмесями.

COBET третий и последний

Непременным условием совершенства колорита является единство гаммы. Различаются три основных типа гамм: теп-лая, холодная и нейтральная (т.е. такая, в которой присутствуют теплые и холодные цвета, уравновешивающие друг друга). При работе с цветом и красками следует помнить, что цвет воспринима ется человеком в связи с какой-либо формой, материалом, фактурой, содержанием и смыслом того или иного про изведения искусства, или, говоря более общо, ситуацией. Поэтому дизайнеру недостаточно знаний чисто формальных закономерностей цветовой композиции, колорита и гармонии. Все эти проблемы нужно изучать постоянно и непрерывно - в теории и на практике.







Краткая история Школы индустриального дизайна в Эссене

В 1946 году было принято решение о восстановлении школы дизайна (Фольквангшуле). В бывшем здании аббатства в Эссен-Вердене были обустроены отделения графики, живописи, дизайна интерьера, мастерская художественной обработки металла и переплета.

В программном заявлении, с которым в 1948 году выступил директор (Hermann Schardt), пояснялись призвание и основные принципы школы дизайна: «согласованность и целенаправленность задач; создание ремесленного и машинного производств, пронизанных и оформленных искусствоведческим сознанием; отрицание художественных амбиций и эстетических пристрастий индивидуальной личности».

Позже цель учебного процесса была сформулирована так: «Духовно-эстетическое и социально-этическое образование личности должно побуждать учащихся (будущих творческих работников) к осознанию ответственности и профессиональной гордости в восстановлении окружающего мира вещей. Дизайн должен наделить объекты эффективной формой и практической ценностью».

В 1950 году вследствие практической необходимости одним из реализованных учебных проектов стали предметы мебели (столы, стулья) и мольберты, изготовленные из доступного на тот момент материала. А уже в 1967 году на междурашнего дня ли завоевань Не оставалис ные проблем ка мусора», передвижени для встреч» «Детская игр цинская лабо бель» предст ставке ЭКС результате ис циального и і окружения ј риска несчас чая (из-за н щего ребенк разработаны учитывалась детей, особег ного и физи тия. Среди н гинальных и: «шагаю ступенькам де ска, корзина тава-лась в тальном полс то время как перемещалис стнице. Под разработки для своего вр новшеством зайне и предл неординарны шения в техн ком и фуні нальном отношении. К Эссенскому уни-верситету школа дизайна присо-

единилась в

1972 году. Из

аббатства









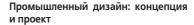
тарных знаний и методов работы. В те-

чение 4-х семестров базового курса

студенты и преподаватели перебрались в университетский городок Сежеро (Segeroth), оснащенный современной аппаратурой, лабораториями и мастерскими.

С 1978 года университет стал центром специализации индустриального дизайна. В этом же году диплом о дизайнерском образовании получил статус университетского. В целях расширения междисциплинарного сотрудничества налаживались контакты с другими факультетами университета, выражавшиесотрудничество стало одним из главных направлений деятельности университета, а участие во многих конкурсах, выставках, семинарах принесло ему мировую известность. В 1998 году ректорат и сенат Университета города Эссена приняли постановление о создании Института искусства и дизайна, призванного регулировать исследования и учебный процесс, а также сотрудничать с заведениями вне университета. Сегодня Центр индустриального дизайна в Эссене обладает всем необходимым для дальней-

обучения основными предметами являются: дизайн-проект и презентация («подача», исполнение); технология и эргономика; теория и история дизайна, дизайн-менеджмент, эстетические и научно-экономические аспекты дизайна. На первой стадии обучения студенты изучают технику рисования, фотографирования и моделирования как средств документирования и презентации, а также получают навыки методологического планирования и систематического поиска дизайн-идей. Наряду с основной целью - создать для студентов пространство для развития эстетического восприятия и дизайнерских способностей – на первой стадии обучения ставится задача донести до студентов культурную, социальную и экономическую важность промышленного дизайна. Следующая, главная стадия обучения нацелена на развитие дизайнерской личности и индивидуальной квалификации в области промышленного дизайна. На втором этапе речь идет о способности к собственному ответственному проведению процесса проектирования, в частности - о решении дизайнерских задач возрастающей сложности, ориентированных на актуальные проблемы промышленного дизайна и получение знаний из смежных дисциплин. В соответствии с этим усиленное внимание в данном периоде обучения уделяется



коммуникации), технология (инжене-

рия), эргономика, гуманитарные науки

и дизайн-менеджмент в части экономи-

ческой теории.

программе лекций и семинаров по эргономике, конструированию, дизайн-менеджменту, теории и истории дизайна. Для углубления знаний в образовательный процесс включены такие предметы, как оформление проекта, дизайнерски и искусствоведчески ориентированные теории (эстетика, семиотика или теория



ся в совместных исследовательских программах и проектах.

С начала 90-х годов в процесс обучения активно входит компьютер. Большое внимание уделяется исследованиям в области эргономики. Международное шего конструктивного развития теории и практики дизайна.

От профессиональной квалификации к проектной компетенции

Обучение дизайну в университете Эссена начинается с преподавания элемен-









В рамках содержания и целей начального этапа образования первый учебный год служит введением в основы проектирования, применения методов и средств презентации. На втором году обучения разрабатываются, соответственно, технико-методические и эстетико-экспериментальные дизайн-проекты с постановкой практических задач.

На втором и третьем годах обучения темы студенческих проектов разрабатываются в различных направлениях дизайна. В качестве темы проекта студент может избрать основные проблемы промышленного дизайна или произвести работу на примере конкретной продукции. В обоих случаях интеграция промышленного дизайна во всеобщий образовательный концепт Эссенского же возможно проведение эмпирических исследований в эргономической лаборатории. Еще одна особенность дизайнерского учебного процесса в Эссене это специальность дизайн-менеджмент. В становящихся все более и более сложными технологических условиях при производстве промышленных продуктов дизайнерские проекты едва ли осуществляются одним человеком, но, наоборот, создаются в креативных междисциплинарных командах. Задачей дисциплины дизайн-менеджмент является моделирование процессов и структур как внутри, так и вне фирм, в свете понимания дизайна как составной части философии предпринимательства. Одновременно студентам, работающим над проектами, преподаются методики, необходимые для менеджмента дизайнерских задач в рамках промышленного производства.

Практические модели

Успешное дизайнерское образование не должно ограничиваться решением фиктивных проектных задач. Ценность его видится в близости к практике и умению решать конкретные практические задачи. Поэтому обучение в Эссене очень сильно связано с промышленными предприятиями. Ко всем студенческим проектам предъявляются следуютребования: оригинальное конструирование трехмерной модели, высокая степень конкретности и выполнение в четкие временные рамки.

Студенты в Эссене обеспечены всем необходимым для модельного конструирования и макетирования из дерева, металла, пластика. В прекрасно оснашенных мастерских можно найти любой станок для обработки материала. Также предлагаются современные альтернативные методы моделирования - САОстудии. При освоении этих программ необходимо тесное сотрудничество с факультетом инженерии. Практические модели после создания выставляются и совместно обсуждаются в классах.

Дипломное проектирование

Последние шесть месяцев обучения посвящены практически ориентированной дипломной работе с теоретическим обоснованием или научной дипломной

работе из области промышленного дизайна. Условием для успешной сдачи дипломного проекта является проявленная профессиональная компетентность. В конце обучения каждый кандидат должен показать свою способность решать со всей социальной ответственностью и во всех частностях задачи как в рамках специальности, так и за ее пределами в междисциплинарных взаимосвязях.

Области научной специализации Компетентность в социальных науках

В противоположность образованию в художественных академиях и университетах интеграция факультета индустриального дизайна во всеобщий образовательный концепт университета Эссена позволяет студентам уже на начальной стадии обучения принимать участие в научных программах, предложенных другими факультетами университета. В соответствии с интересами квалификации в области промышленного дизайна, в третьем и четвертом семестрах для углубления знаний по специальности могут быть выбраны два курса (из четырех) из области социальных наук. Так, в курсе философии/эстетики предлагается обзор основных вопросов философии и наиболее важных тем прошлого и современности: психология обеспечивает теоретический базис для объяснения механизмов восприятия и внимапап помоши социологии ния. проясняются условия общественного окружения, влияющего на дизайн-деятельность, и, наконец, теория коммуникации объясняет структуры и механизмы форм человеческого общения в контексте дизайна.

Технология. Конструирование. Материалы. Изготовление

Конструирование соотносится с концепцией формы и функции. В связи с использованием продукта необходимо обеспечить его функциональное качество. Должны быть учтены элементарные физические силы: масса, прочность, упругость, эффекты расширения, сжатия, температурные характеристики. Студентам дается знание о технико-механических особенностях и поведении материалов в той или иной ситуации. Химия, физика, термодинамика и техни-





университета осуществляется за счет развития междисциплинарных знаний, а также посредством практического сотрудничества с внешними институциями и организациями. Обширная тематика учебных заданий позволяет студентам получить квалификацию в соответствии с их личными профессиональными целями и специализацией для дальнейшей научной деятельности и написания тезисов для докторской работы.

Эргономика и дизайн-менеджмент Основательное образование в области эргономики может дать солидный базис для дизайнерского процесса. Обе стадии обучения дают необходимые знания и опыт их применения в дизайнерпланировании. В рамках углубленного изучения предметов такческая механика помогают стать дизайнерам компетентными партнерами в сотрудничестве с инженерами. Знания о конструировании, материалах и применении машин и инструментов для изготовления продукта позволяют проследить, как любой материал, будь то дерево, металл или полимеры, видоизменяется в зависимости от способа обработки. Студенты ориентированы в динамично развивающемся мире техники и технологий.

Экономическая компетентность

Изучаемые в качестве факультативных предметов в третьем и четвертом семестрах «Основы экономической теории» также органично вплетаются в процесс дизайнерского обучения. Так, например, бизнес-менеджмент дает схемы составления бизнеспланов и основы деловых взаимосвязей для принятия решений; лекции по бизнесправу освещают проблемы авторских прав; лекции по маркетингу помогают постичь методы, полезные при анализе рынка продуктов.

Индивидуальная специализация

В седьмом и восьмом семестрах происходит углубленное изучение одного из предметов: проектирование, презентация, технология, эргономика, история и теория дизайна, в соответствии с планируемой карьерой учащегося и написанием тезисов для докторской работы.

Промышленный дизайн-проект. Методика проектирования

Профессиональное проектирование - это планомерный, целенаправленный процесс. Самостоятельная перепроверка идей на их промышленную осуществимость неотъемлемая часть дизайн-проектирования - подчинена методической последовательности работы. Методика проектирования сводится к осознанию того, что всякая дизайн-деятельность имеет поэтапный характер. В свете практической постановки вопроса речь идет об анализе, поиске идей, развитии проекта, создании модели и, наконец, о документации и презентации процесса и результата. На первом месте стоят технические, функциональные и экономические требования, предъявляемые к дизайн-продукту.

Таким образом, процесс проектирования с самого своего начала может быть обозначен в культурном контексте как работа, имеющая индивидуальный стиль и связанная с теорией и практикой научно-исследовательских дисциплин.

Экспериментальный дизайн-проект

На основе эмпирических методов проектирования разрабатываются проблемы формирования повседневных предметов потребления. Начиная с фазы поиска идеи, во время которой могут быть использованы различные методы проектирования, техники эскиза и способы моделирования, отдельные ступени от наброска к презентации или документации могут быть пройдены студентами самостоятельно с целью выработки индивидуальных методик проектирования.

Дизайн-проект № 1. С дизайн-проекта № 1, первого самостоятельно осуществляемого на всем процессе проектирования, начинается главная часть обучения. На первом месте стоят проектные темы по формированию продукта, эргономике и техническому конструированию. Работа над проектом длится два семестра. В первой фазе студенты разрабатывают теоретическое обоснование темы в свете их личностной мотивации и индивидуальных учебных целей. Во второй фазе на основе разработанной концепции формируется объект и создается его модель. В проекте целиком фиксируются все аспекты дизайнерского процесса от формулировки цели до презентации и документации

Дизайн-проекты № 2 и 3. Дизайнерские работы, выполненные во время главной части учебного процесса, призваны способствовать повышению индивидуальной квалификации в выбранной специальности. Возникшие из двух самостоятельно выбранных студентами тем (основополагающие проблемы концептуального дизайна или основанные на примерах прикладного промышленного дизайна) задачи должны быть самостоятельно разработаны и решены во всех их частностях, равно как и в междисциплинарных взаимосвязях. В начале каждого подобного проекта должна быть проведена исследовательская работа на выбранную тему и представлены эскизы проекта

Дипломная работа. Заключительная часть обучения включает в себя шестимесячную подготовку к дипломной работе с ориентированным на практику заданием и теоретической частью или научной работой. Кандидат должен показать, что он может выполнять задачи по своей специальности во всех их проявлениях, равно как и во взаимосвязи с другими специальностями, что он готов к сотрудничеству с другими специалистами и может нести ответственность за социальное значение продукта промышленного дизайна

Учебный план:

(1) Первый семестр

Основы дизайна Основы формообразования Основы техники представления (презентация) Начала дизайна (введение в специальность) Эргономика Основы эргономики История дизайна История искусства и культуры

(2) Второй семестр

Основы дизайна Основы формообразования Основы техники представления (презентация) Начала дизайна (введение в специальность) Технология Основы конструирования Эргономика Основы эргономики История дизайна История искусства и культуры

(3) Третий семестр Основы дизайна

По выбору: Пластический дизайн Дизайн цвета и поверхности Шрифт и типографика Фотографическая презентация Графическая презентация и CAD (трехмерное компьютерное проектирование) Промышленный дизайн Практическо-методическое задание, эскизное решение. Технология Основы материалов Основы изготовления Теория дизайна Начала теории дизайна Обязательные научные дисциплины По выбору: Философия/эстетика Социология/психология Теория коммуникации Основы бизнес-менеджмента Основы маркетинга Основы права

(4) Четвертый семестр

Основы дизайна По выбору: Пластический дизайн Дизайн цвета и поверхности Шрифт и типографика Фотографическая презентация Графическая презентация и CAD (трехмерное проектирование

Промышленный дизайн, эскиз Практическо-методическое задание, эскизное решение Основы материалов Основы изготовления Теория дизайна Начала теории дизайна Обязательные научные дисциплины По выбору: Философия/эстетика Социология/психология Теория коммуникации Основы бизнес-менеджмента Основы маркетинга

(5) Пятый семестр

Промышленный дизайн проектное решение Технология Конструкция Эргономика И́стория дизайна Теория дизайна Дизайн-менеджмент

[6] Шестой семестр

Промышленный дизайн, проектное . Дизайн проект № 1 . Технология Конструкция Эргономика . История дизайна Теория дизайна Дизайн-менеджмент

(7) Седьмой семестр

Промышленный дизайн, проектное . решение Дизайн-проект № 2 Углубленное обучение По выбору: Лизайн — проектирование Техники презентации . Технопогия Эргономика Менеджмент

(8) Восьмой семестр

Промышленный дизайн, проектное . решение дизайн-проект № 3 Углубленное обучение По выбору: Лизайн-проектирование Техники презентации . Технопогия Эргономика Менеджмент

(9) Девятый семестр

Материал по книге "Industrial Design Studium in Essen" подготовили: Алла Голета, Петр Осадчий, Владимир Голубев



AHOPAMA ЛИЗАИНА ФРАНПИИ

«Я против красивой вещи, я предпочитаю ей вещь хорошую»

В белорусском законодательстве слово «дизайн» встречается в разделах, посвященных государственным премиям и авторскому праву, где проблем у нас пока больше, чем достижений. Сегодня отечественный дизайн «чужд» не только производству, но и государству в целом. В этом материале, адресован не только профессиональным дизайнерам, но и административным работникам различного ранга, мы представляем панораму дизайна Франции. Зарубежный опыт служит примером разумного подхода к внедрению дизайна в производство, стимулирования творческой мысли и дизайна в частности, а же, что важнее всего, поддержки дизайнеров на государственном уровне.

Вынесенные в заголовок слова принадлежат крупнейшему французскому дизайнеру Филиппу Старку. Он считает, что на современном этапе развития общества стратегия дизайна требует переосмысления: сегодня красота следует из продуманной и обос-



нованной функции. Для Франции и других европейских стран проблема внедрения дизайна и новых художественных идей в промышленное производство и сферу услуг приобретает особую актуальность в свете объединения Европы, снятия ограничений на обмен товарами и глобализации рынка, что, безусловно, влечет за собой и обострение конкуренции между предприятиями самого разного размера и типа. Производитель вынужден постоянно заботиться об узнаваемости своего продукта, чтобы он не утонул в море наполняющих современный рынок товаров, был удобен в обращении и приятен на вид. Ведь изменился и европейский покупатель. Из потребителя он превратился в клиента, насравнивать И быть требовательным. Покупка сегодня делается продуманно, внимательно и после предварительного изучения предложений рынка. К этому следует добавить и новое мышление цивилизованного человека, заключающееся в осознании им ценности нашей планеты и того влияния, которое промышленность оказывает на жизненную среду. Все это заставляет производителя задумываться над выбором наилучтехнологий и материалов ШИХ разработкой новых, более совершенных. Крупные французские предприятия -

Алкатель, Мулинекс, Пежо, Ситроен, Тефаль – уже давно поняли выгоду сотрудничества с дизайнерами. Каждое из них имеет собственное дизайнерское бюро. А признанным лидером здесь является автомобильная компания Рено, чья дизайнерская служба насчитывает 260 специалистов. Однако предприятия малого и среднего бизнеса прибегают к услугам дизайнеров еще недостаточно часто. В связи с этим французское правительство, заботящееся о национальном производителе, проводит целенаправленную политику по внедрению дизайна на таких предприятиях с тем, чтобы они могли продуманно обновлять и совершенствовать свою продукцию и успешно конкурировать с зарубежными производителями.

Задачи поддержки и пропаганды дизайна во Франции возложены на два министерства, которые осуществляют свою политику путем финансирования исследований, финансовой поддержки дизайнеров и предприятий, развитие учебных учреждений, а также через выделение грантов на публикацию посвященных дизайну изданий.

В Министерстве культуры эти функции выполняет Департамент пластических искусств, который проводит свою политику по трем направлениям. организация образования, содействие творческим изысканиям дизайнеров, а также сохранение и пропаганда творческого наследия В Министерстве промышленности пропагандой дизайна на предприятиях занимается Дирекция региональной деятельности и малой и средней промышленности. В задачи Дирекции входит стимулирование спроса на разработку дизайнерских проектов со стороны предприятий малой и средней промышленности путем выделения им финансовых субсидий на эти цели Для осуществления своей политики во всех регионах Франции министерством создань Региональные дирекции промышленноэкологических исследований (РДПЭИ) и девять Центров промышленного дизайна. Другой областью, на которую Министерство промышленности оказывает активное влияние, , является подготовка специалистов по промышленному дизайну. Министерство поощряет создание дизайнерских отделений в высших учебных учреждениях, готовящих инженерные и управленческие кадры, а также совместно с Министерством культуры курирует созданную в 1982 году Высшую национальную школу промышленного творчества, которая готовит исключительно дизайнеров по таким специальностям, как дизайн продукта, дизайн пространства и среды, дизайн текстиля и моды, дизайн мультимедиа.

Высшее дизайнерское образование во Франции можно получить также в Высшей национальной школе декоративных искусств, где на факультете дизайна готовят специалистов по промдизайну, дизайну одежды, мебели, интерьера, визуальной коммуникации, среды и графическому дизайну Кроме того, диплом дизайнера дают еще 53 ВУЗа общенационального, муниципального или регио нального подчинения, среди которых можно на звать, например, Высшую национальную школу прикладного искусства и художественных реме сел, Институт визуальных искусств, Высшую европейскую школу изобразительных искусств и тех нологий. Профессии дизайнера обучают и более десяти частных ВУЗов, наиболее значимыми из которых являются Высшая школа КАМОНДО в Париже, Европейский институт дизайна в Тулоне, Высшая школа визуальной коммуникации и Высшая художественно-техническая школа в Париже и т.д. В ряде технических лицеев и спецшкол по прикладному искусству можно получить среднее специальное образование по различным дизайнерским специальностям.

Кроме того, приобрести знания в области дизайна позволяет и французская система непрерывного образования, которая предлагает специализированные курсы и курсы перепрофилирования, адресованные как тем, кто уже работает на предприятиях в качестве проектировщиков, техников, разработчиков продукции, так и самой широкой публике. Такие курсы имеются при большинстве ВУЗов, где есть факультеты или отделения дизайна, а также организуются различными профессиональными и научно-исследовательскими цент-

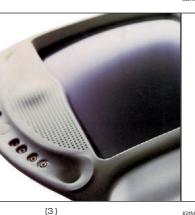
[1] (2) (3) Филипп Старк

рами по конкретным дизайнерским специальностям. В настоящее время во Франции насчитывается 4 тысячи дизайнеров-профессионалов. Выпускники Высшей национальной школы промыш-ленного творче ства и отделений дизайна других ВУЗов, начиная в своем большинстве как независимые дизайнеры, впоследствии, как правило, примыкают к более крупным агентствам либо идут работать в дизайнерские бюро промышленных предприятий. Тенденция к объединению дизайнеров-профессионалов видна и по тому, что среднее количество служащих одного частного дизайнерского агентства во Франции воз-росла с 1996 по 1999 год с 6 до 8,5 человек, т.е. почти в полтора раза. Самым крупным агентством явля ется Дегрипп Гобе & Ассошиейтс, основанное в 1971 г. и насчитывающее 155 дизайнеров. В его голов фирме, размещающейся в Париже, а также в предльствах в Лионе, Будапеште, Нью-Йорке, Токио и Сеуле трудятся специалисты по самым разным областям дизайна. В зависимости от величины проекта эти отделения работают совместно либо автономно. Треть дизайнерских агентств во Франц возникла в последние 5 лет, только 10% имеют опыт работы, который превышает 20 лет, и лишь два агентства начали свою деятельность в 1960-е годы Специализация агентств, как правило, многопро фильна. Наибольшее их количество занимается ди . зайном продуктов производства (82%), графичес

Во Франции существует широкая система профессиональных ассоциаций, федераций и обществ, объединяющих дизайнеров-профессионалов разных специальностей. Среди них можно назвать, например, Французский союз промышленных дизайнеров, Ассоциацию по дизайну коммуникаций, Национальный профсоюз дизайнеров по текстилю, Национальную федерацию профсоюзов архитекторов интерьера, Профсоюз дизайнеров среды, Общество художников-декораторов, Федерацию по печати и графической коммуникации и т.д. Все эти общества в основном имеют своей задачей поддержку и утверждение соответствующей профессии, выработку условий ее практики (в том, что касается юридических и контрактных вопросов), защиту интеллектуальной собственности и предстанальное развитие дизайнерских специальностей, а также изучение вклада, который вносит дизайн в разрешение проблем современного общества. Будучи крупным ресурсным центром, АППТ аккумулирует и распространяет информацию о дизайне во Франции и Европе. Кроме того, в последние годы активно действует созданный агентством клуб "Дизайн" и перспективные исследования, объединяющий крупные предприятия, готовые содействовать пропаганде дизайна во Франции.

Под патронажем и по инициативе государства создан и ряд других организаций, занимающихся распространением информации о дизайне, проведением конкурсов, выставок, оказанием помощи дизайнерам и предприятиям. Среди них можно назвать такие, как Французский институт дизайна, Департамент пропаганды и информации при Высшей национальной школе промышленного творчества, Общество поощрения инноваций в производстве предметов мебели, Общество содействия художественным ремеслам.

Все больше внимания проблемам дизайна уделяют средства массовой информации, причем не только специализированные, но и крупные ежедневные издания, такие, как "Монд" или "Либерасьон". Что касается профессиональной периодики, то она представлена такими изданиями, как "Хроника дизайна", "Проджект дизайн", "Дизайн Факс", "Международный журнал дизайна и инновационных исследований", а также журналами, посвященными отдельным дизайнерским специальностям: графике ("Этап график", "Пиксель", "Синь"), архитектуре и интерьеру ("Аршикрее", "Архитектура сегодня", "Монитор архитектуры"), меблировке и декору ("Арши-дизайн", Декорасьон", "Мари Клер Мэзон"), техническому и промышленному дизайну ("Индустрия и техника", "Новый завод", "Художественные мастерские Франции"). Кроме того, некоторые организации выпускают информационные ежегодники, наиболее значимым из







ким дизайном (60%) и дизайном среды и архитектуры интерьера (48%). Все больше агентств занимается в последнее время дизайном мультиме диа (16%) и дизайнерскими исследованиями (около 20%). Несколько сократилось число агентств, кото рые специализировались на дизайне упаковки, хоть их число по-прежнему велико (45% в 1999 г. против 48% в 1980-х годах). В последнее время во Франции активно развивается институт консультантов в области дизайна. Эта новая профессия, как полагае имеет большие перспективы в ближайшем будушем Консультанты призваны помогать руководству промышленных предприятий в разработке их производственной стратегии, в составлении технических заданий для дизайнерских разработок, в поиске нужных специалистов в соответствующих областях дизайна и в целом облегчать контакты между промышленниками и дизайнерами. Такие услуги оказываются как частными консультантами или фирмами, так и государственными учреждениями и обществен ными организациями.

вительство дизайнеров на международной арене.

Большую роль в распространении информации о дизайне и его развитии играет созданное в 1983 г. Агентство пропаганды промышленного творчества (АППТ). В его административный совет входят как частные, так и общественные организации, государственные учреждения, промышленные предприятия и отдельные творческие работники. Целями АППТ являются внедрение дизайна в инновационные процессы в промышленности, международная пропаганда французского дизайна, профессио-

которых является "Панорама дизайна Франции", издаваемая АППТ.

«Я против красивой вещи, я предпочитаю ей вещь хорошую»

Для содействия дизайнерским исследованиям в промышленности и внедрения дизайнерских разработок в производство государство оказывает предприятиям и отдельным дизайнерам-профессионалам финансовую поддержку. Так, при каждой РДПЭИ существуют Фонды консультационной помощи, целью которых является содействие предприятиям с персоналом менее 500 человек в привпечении ими внештатных специалистов-консультантов для проведения диагностического исследования производимой продукции с целью ее дизайнерского обновления. Фонды покрывают до 80% стоимости исследований продолжительностью до 5 дней в пределах 50 тысяч франков и до 50% стоимости более длительных исследований в пределах 200 тысяч франков. В рамках РДПЭИ существует также программа помощи предприятиям с персоналом до 2000 человек по внедрению в производство дизайнерских разработок в области использования электроники и новых материалов. Эти программы покрывают до 50% производственных расходов в пределах от 300 тысяч до 1 миллиона франков. Кроме того, РДПЭИ помогают предприятиям с персоналом до 500 человек при принятии ими в штат дизайнеров на постоянную работу. покрывая до 50% годовой зарплаты таких дизайнеров в пределах до 200 тысяч франков. Параллельно с РДПЭИ еще одним крупным организмом, находящимся под патронажем Министерства промышленности Франции, Национальное агентство содействия исследованиям, оказывающее централизованную помощь по внедрению новаций в производство. Агентство финансирует до 50% стоимости инновационных проектов предприятий с персоналом до 2000 человек путем выделения беспроцентных субсидий, возвращаемых в случае успешного завершения проекта. С момента своего основания в 1979 г. им была оказана поддержка по внедрению более чем 30 тысяч инноваций на более чем 20 тысячах предприятий. Кроме того, предприятия, инвестирующие в исследования по разработке концепции новых прототипов, пользуются так называемым исследова-тельским налоговым кредитом, т.е. их затраты на такие исследования не облагаются налогом. Ряд организаций и фондов во Франции оказывают помощь отдельным дизайнерам-профессионалам. Так, Фонд содействия творчеству при Департаменте пластических искусств Министерства культуры выделяет твор-ческим работникам гранты для проведения ими исследований в области использования различных материалов и технологий, для создания прототипов или поездок на стажировки как во Франции, так и за рубежом, а также оказывает финансовую поддержку в издании книг, посвященных вопросам дизайна. Комитет поощрения новаций в производстве мебели, на конкурсной основе финансируя лучшие представленные дизайнерами проекты, оказывает помощь в создании ими макетов в натуральную величину, а также содействует в поиске партнеров между творческими работниками, промышленниками и дистрибьютерами, частично финансируя проекты по дизайнерским исследованиям и по созданию прототипов.

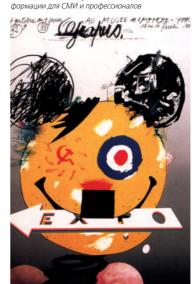
С 1983 года во Франции установлена премия Агора, которая раз в два года выделяется молодым дизайнерам для осуществления ими самых разных проектов, производственных стажировок либо учебных поездок.

Для оказания технического содействия дизайнерам во Франции существует сеть исследовательских творческих мастерских, которые предоставляют в пользование творческим работникам свои технические средства и помощь профессионалов.

Для поощрения лучших работ и проектов в различных областях дизайна во Франции проводятся многочисленные конкурсы и установлен ряд премий. Ежегодно вручается Гран-при французского дизайна по таким номинациям, как графический дизайн, дизайн продукта, дизайн среды и общий дизайн. Луч-шие разработки в области промышленного дизайна ежегодно отмечаются премией "Янус", установленной Французским институтом дизайна. Премией "Молодой Янус" отмечаются и лучшие работы сту дентов. Ежегодно или раз в два года проходят конкурсы на определение лучших проектов в различных областях дизайна. Среди них можно отметить такие международные мероприятия, как Конкурс создате лей салонных игр. ежегодно проводимый в Культурном центре парижского пригорода Булонь-Бийан кур, и Всеевропейский конкурс "Дэфи-Алю", проводимый раз в два года среди студентов международных дизайнерских школ с целью выявления лучших разработок металлической упаковки духов и косметики. Каждый раз тема конкурса обновляется. а его лауреаты получают возможность установить контакты с производителями предметов роскоши и парфюмерии.

Среди студентов и молодых профессионалов проводятся также конкурсы на лучшие дизайнерские разработки в области производства часов, очковых оправ, предметов быта для инвалидов, изделий для использования натурального газа, на лучшие инновационные проекты с использованием полимерных материалов и технологий и т.д.

С недавнего времени все французские предприятия и дизайнеры могут помещать сообщения о создавае мых ими новых продуктах в организованную АППТ общую информационную базу данных Дизайн Франс Интернасьональ. Впоследствии эти данные могут использоваться для отбора лучших дизайнерских разработок с целью их участия в различных конкурсах и выставках, а также служить в качестве источника ин-





(5 <u>)</u>

(6)

- (4) Группа «Грапус» (5) Жан-Поль Готье
- [6] Кристиан Диор





БАРАЗНА М.Р. БЕЛАРУСКАЯ КНИЖНАЯ ГРАФИКА 1960—1990гг.: МН: Беларуская энцыклапедыя, 2001.—207 с.: іл.

Книга кандидата искусствоведения, доцента Михаила Баразны - первая изданная монография о книжной графике в нашей стране. Комплексный анализ охватывает произведения графики тиражной художественной литературы 1960-1990-х годов. На богатом иллюстративном материале освещаются условия становления и особенности развития отечественного книжного искусства. Белорусская книга имеет давнюю традицию и уходит своими корнями в XI век. Существенным достижением в печатной графике и иллюстрации были книги Франциска Скорины. Толчок развитию современной графики дали 20-е годы прошлого столетия, однако расцвет искусства белорусской книги пришелся на 60-90-е годы.

Михаил Баразна оставляет за пределами своего исспелования сталинский период, а также художественные произведения, которые носили открыто идеологический характер, как бы хорошо иллюстрированы они не были. Белорусская книжная графика 60-90-х годов стала своеобразным феноменом, воплотившемся в оригинальной художественной школе. Ее расцвет определили несколько факторов: новые кадры (в одном из выпусков театрально-художественного института все дипломные работы были на тему книжной графики). открытие Полиграфкомбината и Дома печати, новых издательств. Особенностью белорусской книги Михаил Баразна считает декоративизм. Детская и «взрослая» литература одинаково оформлены. В других странах эта специализация более выражена. Универсальность - свойство белорусских художников.Специальные главы исследования посвящены декоративной выразительности в книжной графике для детей, поэзии и графике, искусству шрифта, творческому переосмыслению традиций народного искусства и новым тенденциям белорусской книжной графики. В конце книги приводится биографический словарь.

Оценивая сегодняшнее состояние белорусской графической культуры, Михаил Баразна отмечает, что отечественная книжная графика сегодня начинает приходить в себя. Это доказывает интерес к нашим иллюстраторам из-за рубежа. Компьютерная графика, столь популярная в западных изданиях, нам свойственна в меньшей степени. Рукотворная графическая культура — наиболее сильная наша сторона. По крайней мере, само исследование это доказывает.

Впоследствии Михаил Баразна хотел бы издать цветной альбом, в котором была бы представлена история белорусской графики, особенности ее современного развития и проведен еще более глубокий анализ.

Издание адресовано научным работникам, художникам книги, студентам художественных специальностей и всем, кто интересуется проблемами современного белорусского искусства и книгоиздательской деятельности. Тираж книги — 3000 экземпляров.



КАЛИНОВСКИЙ В. НЕЧЕГО СКАЗАТЬ... МОЛЧАНИЕ ЗОЛОТО. ТРИЛОГИЯ. -

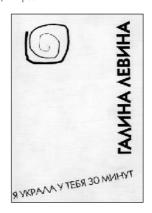
М.:Хрениздат, 2000.

Что ни говорите, а приятно, когда одаренные во всех отношениях люди проявляют свои тапанты в новых видах творчества. Кто-то, например, инсталяции из туалетной бумаги ваяет, кто-то в лифтах и подъездах пишет. Вышедшие недавно из печати два тома Виктора Калиновского из серии «Бесцелеры мысли 20 века» можно назвать раритетными. Первая книга «Нечего сказать..» безусловно автобиографична. С высоким гуманистическим пафосом автор размышляет над проблемами нашего времени, срывая маски и выдавливая прыщи поколения на зеркало истории. Второй том «Молчание золото» отражает яркую гражданскую позицию писателя. Очевидно, автор развивает сюжет и традицию знаменитой «Белой книги». Для современной постмодернистской литературы данный прием не являяется новаторским, но, безусповно, говорит о мастерстве писателя. В 1998 году книги были задвинуты автором на получение «Мебелевской премии всех времен и уродов». Мы считаем, что каждый читатель найдет новой литературе достойное применение. Тираж книги ограничен.

ЛЕВИНА Г. Я УКРАЛА У ТЕБЯ 30 МИНУТ: Стихи. — МН:ООО «Асобны дах», 2000. — 91с.

Не знаю, сколько минут у вас украдет эта книга, но это будет приятная потеря.

Первая книга стихов и графики архитектора по образованию Галины Левиной вышла в издательстве «Асобны дах». Ее стихи – короткие заметки, сделанные во время путешествий по России, Беларуси, Германии, Швейцарии, Израилю и США, неспешные разговоры со старинными европейскими городами, собой и природой. Внимание к частностям жизни создает яркую картину различных культур и событий. Особенно хочется отметить замечательную графику автора, которая сопровождает стихи. Любопытно, что стихи Галины Левиной публиковались в солидных изданиях, а рисунки принимали участие в престижных выставках. Но собраны в одной книге оказались впервые. Надеемся, не в последний раз.



и при

неблаг

кателя

баналі

дкатила достойная дата и

лагается очередной раз

еть, а если событие по ду-

е, – спеть громко и с удо-

льствием, чтобы услышали

ились все, знающие цену

ому труду художника-ис-

ожника -ниспровергателя

серости и обыденности,

НАВУЧА...»

Беларуская народная прымаўка

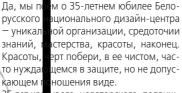
вожными нотами. А пока нам 35-ть, пока в социуме — брожение, а в художественной жизни - неустоявшиеся, разнонаправленные процессы, мы имеем право поразмышлять: о месте дизайнерского труда на Олимпе художественной деятельности, о его значении и влиянии в этом, вполне европейском по положению, но совершенно совковом по состоянию регионе славянской культуры.

видно, иная причина способствовала выживаемости новой системы: в культуре огромной страны подспудно ощущалась никем не сформулированная потребность самоосознания, в первую очередь на культурном, а не промышленном «фронте». И в этом ряду все было «в строку»: и умная политика Госкомитета по науке и технике, намертво, механизмом экспертиз подвязавшего к

±35







35 лет кра ивого, новаторского, подвижнического и мало понятного соотечественникам руда. 35 лет неистовых споров, жары х дискуссий, творческих мук, ярких ак в рождения и затянувшихся спазмов ирания ее величества формы, попавшей ибо в жесткие лапы совкового производ ва, либо еще до того павшей жертвой тошноты всем знакомых отношений аказчик — исполнитель».

Такая вот гранная, наводящая на воспотребующая размышлений минания здравица

ься подобному ракурсу чест-Но удивл стоит: будут и 40-, и 50-летвования ние юбил и, дизайн-центр найдет себя в новых у овиях –и тогда, быть может, фанфары е будут беспокоить слух треЧуть-чуть воспоминаний: создание всесоюзной системы ВНИИТЭ явилось следствием если не последних, то предпоследних судорог советской власти. Судорог того времени можно припомнить немало: совнархозы, какие-то реорганизации в армии, в большой науке. Ни одна из них не принесла результатов, многим политическим и научным деятелям нововведения стоили карьеры, а последовавшие затем отмены вернули все в исходное состояние - аграрная, общинная по мышлению культура огромной державы не приняла изменений!

Но, удивительно, система ВНИИТЭ выжила! И, наверное, не потому, что на нее возлагались серьезные надежды «в деле подъема качества промышленной продукции»: сегодня мы много больше знаем, из каких слагаемых набирается это самое качество, и уже видим, что хотя дизайн и самый романтичный и привилегированный его компонент, но далеко не единственный и в этом деле совершенно не главный. Так что, очедизайну могучих государственных заказчиков, и прозорливая политика главного распорядителя системы - Ю.Б. Соловьева, культивировавшего головном институте научные образования совсем не промышленной тематики, и даже смешные обстоятельства – в то время «их превосходительства» уже широко барожировали по зарубежью и не могли не видеть разительных отличий «той» предметной среды от «нашей». Для необразованного ума было очень естественно заказать такую же среду своим специалистам (Ю. Б. Соловьев блестяще лавировал на гребне таких интересов). Отсюда же привитая тогда в высшей школе система дизайнерского образования и другие шаги, позволяющие нам - так мыслилось ковать блоху, не разбираясь в ее устройстве. Чем это завершилось — известно: наши дизайнерские проекты, незаурядные, красивые, настоящие выбросы индивидуальной культуры - не принимались производством, не внедрялись,

оставаясь уникальными творческими актами, творениями с очень быстро кристаллизовались в проектных институтах То ные институты дизайна являлись настоящими отдушинами Замечательную атмосферу тех, первых лет организации систем жилы дизайна. Да это и не удивительно: оттепель 60-х продолж к новой деятельности упивались ароматом скорее грядущей, не Было бы несправедливо (и недостоверно), впрочем, утверж лиалами, с тысячами специалистов и обустроенными произ сиональном поле. Нет, все они, как и Белорусский филиал, б системе, имели массу конкретных и безусловных достижени дренных работ, авторских свидетельств, свидетельств на пр Но как-то неловко в канун юбилея заниматься их перечисле боты, вспоминая одних авторов и, тем самым, отодвигая д дурой реалии, уже сыгравшие свою роль в социальном и ку мировавшие именно такое, какое есть, а не другое на сформировано это сегодня: внедренными ли разработками вязанными ему навыками культурного общения, эталонами цессе совместной работы оставляются пределы техники и об ют решаться на языке культуры!

ской Эстетики. Именно так: проектотношений того времени.

аково хорошо вспоминают все староить в новой форме, и все причастные реальной, но, свободы, свободы !!! го головной институт с его 11-ю фиами не реализовал себя на професэжет, самый благополучный во всей твержденных длинным рядом внеленные образцы.

выделяя одни и опуская другие разаново переоценивая такой проценом строительстве Отечества, сфорсегодня». Да и чем, в основном, ривитыми заказчику, буквально нацничеств особого типа, когда в продля коллег проблемы вдруг начина-

вовсе не просто в наших условиях, ведь уссия — страна культуры традиционной, рана, не осознающая собственной куль й конфигурации. Высокий процент сельнаселения, невероятно высокий про-того населения, переместившийся в , заполнил не только сферу обслужива о осел в КБ, в проектных и научно-исвательских институтах (особенно на е администрации) и в силу принесен собой культурных установок не распок диалогу на непривычном для него общения. Все это — реалии нашего бы-ределяющие духовный климат всего гоства. Дизайн, культивирующий, пропарующий и внедряющий совсем иные ы поведения, быта, морали, конечно нфликтует с таким укладом, с трудом, сяца в месяц, от года к году пробиваясь ь густо засеянное поле к высоким станм своей профессии.

жет быть, на этом — назовем его исход-– этапе бытования дизайна его культуроставляющая много значимей всех друго аспектов, всех научных достижений, энедренных проектов!

ияем голову перед первопроходцами ессии, белой завистью завидуем прожими ярким годам, с надеждой ожидаем нощих шагов на необозримом поле отеенной культуры! оять способность «таньчыць», таньчыць

оять способность «таньчыць», таньчыц еки быту, обыденности, серости!!! идет настоящая праца!!!





ΑΒΤΟΡΟΚΟΕ ΠΡΑΒΟ

Уважаемые читатели! Мы продолжаем публикацию материалов, посвященных защите авторских прав дизайнеров. В данной статье речь пойдет о заключении договоров между автором и заказчиком, налогообложении и государственном социальном страховании. Мы ждем Ваших вопросов, которые помогут нам определить темы для новых материалов.



Взаимоотношения создателя дизайнерской разработки и заказчика строятся на основе договора подряда. Правила о договоре подряда содержатся в гл. 37 Гражданского кодекса Республики Беларусь. При этом следует помнить, что предметом подряда является выполнение определенной работы с передачей ее результата в собственность заказчика. Однако применительно к дизайну он имеет свои особенности, поскольку, как правило, представляет собой продукт творческой деятельности, охраняемый авторским правом. При этом передача права собственности на результат выполненной работы - чертеж, рисунок, макет и т.п. — не означает передачи прав на тиражирование произведения дизайна, поскольку авторское право не связано с правом собственности на объект, в котором воплощено охраняемое авторским правом произведение. А передача права собственности на этот объект не влечет автоматической передачи каких-либо авторских прав

В соответствии с Законом Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах» в редакции закона от 11 августа 1998 г. использование охраняемых авторским правом произведений возможно на основании договора, заключенного с автором или иным обладате-

лем авторских прав. Существенные условия авторского договора перечислены в ст. 26 Закона «Об авторском праве и смежных правах».

Таким образом, автору дизайнерской разработки необходимо заключить с заказчиком два договора — договор подряда на выполнение работы по созданию за обусловленное этим договором вознаграждение определенной дизайнерской разработки и авторский договор, предусматривающий условия использования созданного произведения дизайна, а также размер авторского вознаграждения. Впрочем, условия обоих договоров могут быть объединены в олном документе.

Многие из дизайнерских разработок впоследствии патентуются в качестве промышленных образцов в соответствии с Законом Республики Беларусь от 3 февраля 1993 г. «О патентах на промышленные образцы», при этом большинство из них, как созданные в рамках трудовых отношений и при наличии в договоре с автором соответствующего условия, патентуются именно работодателями. Однако авторы дизайнерских решений, ставших промышленными образцами, имеют право на получение дополнительного вознаграждения. В соответствии с постановлением Совета

Министров Республики Беларусь от 6 марта 1998 г. «Об утверждении положения о порядке и условиях государственного стимулирования создания и использования объектов промышленной собственности» автору промышленного образца выплачивается единовременное вознаграждение за создание в размере не менее 5 минимальных заработных плат; вознаграждение использование служебного промышленного образца выплачивается на основании договора с нанимателем, получившим патент, в размере не менее 5 процентов годовой прибыли (соответствующей части дохода), ежегодно получаемой патентообладателем от его использования, а также поступлений, приходящихся на данный промышленный образец от заключенных лицензионных соглашений. Вознаграждение за использование промышленного образца, полезный эффект от которого не выражен в прибыли (доходе), выплачивается автору (соавторам) за каждый год использования в размере не менее 2 процентов от себестоимости продукции (работ, услуг), приходящейся на данный промышленный образец.

Следует также отметить, что установленные указанным постановлением

правительства размеры вознаграждения за создание и использование промышленных образцов являются минимальными и их конкретный размер должен определяться в договоре между автором промышленного образца и патентообладателем. Не менее существенным представляется оговорка о том, что нормы данного постановления также применяются в отношении промышленных образцов, защищенных свидетельствами СССР.

Большинство дизайнеров заключают с заказчиками авторские договоры и получают на их основании авторское вознаграждение. В отношении авторского вознаграждения актуальными представляются два вопроса: определение в договоре его размера, а также вопрос о его налогообложении.

В соответствии с п.3 ст. 26 Закона «Об авторском праве и смежных правах» вознаграждение определяется в виде процента от дохода за соответствующий способ использования произведения или в виде твердо зафиксированной суммы или иным способом. При этом ставки авторского вознаграждения не могут быть ниже минимальных ставок. устанавливаемых Правительством. В настоящее время действуют следующие постановления Правительства, устанавливающие минимальные ставки авторского вознаграждения, которые могут иметь отношение к творчеству дизайнеров:

постановление Совета Министров Республики Беларусь от 27 декабря 1993 г. № 868 (с изменениями и дополнениями) «О ставках и порядке выплаты авторского и других видов вознаграждения за издание произведений науки, литературы и искусства, художественно-графические и фотографические работы для печати и материалы, передаваемые по телевидению и радио»;

постановление Совета Министров Республики Беларусь от 8 мая 1997 г. № 452 «Об управлении имущественными правами авторов на коллективной основе и минимальных ставках авторского вознаграждения за использование некоторых видов произведений литературы и искусства».

Особенностью всех указанных постановлений является то, что они предусматривают минимальные ставки авторского вознаграждения, которые должны быть конкретизированы в заключаемом между дизайнером и пользователем договоре. Императивный характер законодательных норм о минимальных ставках авторского вознаграждения выражается в том, что даже в том случае, если стороны договорились о меньшем размере вознаграждения, автор произведения может в любой момент оспорить данное условие договора как не соответствующее требованиям законодательства.

Сергей Лосев

Налогообложение сумм авторского вознаграждения имеет свои особенности по сравнению с налогообложением иных доходов граждан. В соответствии с пунктом 1 статьи 19 Закона Республики Беларусь «О подоходном налоге с физических лиц» для физических лиц, получивших авторские вознаграждения. совокупный годовой доход уменьшается на сумму документально подтвержденных расходов, связанных с получением этих доходов.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 9 июня 1999 года «О составе расходов, связанных с извлечением доходов физическими лицами» ряду министерств было дано поручение утвердить положение о составе расходов и порядке их исключения из сумм авторского вознаграждения, что и было сделано совместным приказом ГНК, Минэкономики, Минфина и др. от 28 июля 1999 г., с изменениями и дополнениями от 3 марта 2000 г.

Этим положением был утвержден состав затрат, подлежащих при налогообложении исключению из сумм полученного авторского вознаграждения. К ним относятся:

приобретение сырья, материалов, готовых изделий и полуфабрикатов (за вычетом стоимости возвратных отходов), использованных в целях и при создании произведений;

оплата топлива и энергии всех видов, использованных в целях и при создании произведений;

плата за пользование (в том числе арендная плата) и коммунальные услуги, относящиеся к творческим мастерским (либо иным аналогичным помещениям), а также плата за пожарную и сторожевую охрану таких мастерских, включая оплату за сооружение охранной сигнализации;

оплата выполненных юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями и физическими лицами работ и услуг производственного характера, связанных с процессом создания произведений;

расходы на рекламу, включаемые в состав затрат, относимых юридическими лицами на себестоимость продукции (товаров, работ, услуг);

другие специфические расходы, связанные с извлечением доходов от творческой деятельности (по согласованию с налоговым органом).

Указанные расходы подлежат исключению из доходов в пределах фактически понесенных документально подтвержденных затрат и каким-либо лимитом не ограничены.

Расходы, не подтвержденные документально, исключаются из доходов в пределах установленных этим же положением нормативов, в том числе: с авторского вознаграждения за художественно-графические произведения, фотоработы для печати, произведения архитектуры и дизайна в процентах к сумме от начисленного вознаграждения – 30%; за произведения скульптуры, монументально-декоративной и стандекоративно-приковой живописи. кладного, оформительского, театрального и кинодекорационного искусства, графики в различной технике – 40%. Таким образом, если документально подтвержденные расходы по авторским произведениям превышают установленный норматив (соответственно 30% или 40%), в налоговые органы имеет смысл предоставлять подтверждающие документы при декларировании совокупного годового дохода. Процедурно расходы по фактическим документально подтвержденным расходам подлежат

исключению только налоговым органом

при декларировании совокупного годового дохода; расходы по установленным нормативам исключаются либо источником выплат, либо налоговым органом. При этом за каждый из объектов авторского права при исчислении совокупного годового дохода можно исключить либо документально подтвержденные затраты, либо установленный норматив.

В тех случаях, когда документально подтвержденная величина фактически понесенных расходов (включенных в состав расходов, приведенный в положении) превышает размер расходов, который был учтен по нормативу источниками выплаты авторских вознаграждений при их налогообложении в течение года, налоговый орган, исчисляя подоходный налог исходя из совокупного годового дохода, обязан учесть (посредством вычета из соответствующих сумм авторских вознаграждений) эти документально подтвержденные расходы.

К документам, подтверждающим факт приобретения (поступления, изготовления, выполнения) продукции (товаров, работ, услуг), относятся: кассовый чек либо квитанция к приходно — кассовому ордеру формы № КО-1 с приложенной к ним копией товарного чека, квитанция к отрывному талону формы №20-ФС, квитанция формы КВ-1, другие приходно-расходные документы, утвержденные уполномоченными государственными органами. Расход бензина возможно подтвердить, в случае заключения договора на использование автотранспортного средства на период действия авторского договора путевыми листами и квитанциями об оплате бензина, израсходованного. согласно выписанным путевым листам.

Наравне с вопросами налогообложения дизайнеров, как представителей творческой профессии, интересует вопрос о государственном социальном страховании. По каким договорам необходимо выплачивать налоги в счет государственного социального страхования?

На основании Закона Республики Беларусь от 6 января 2000 года «О внесении дополнений и изменений в Закон Республики Беларусь «Об основах Государственного социального страхования«» обязательному государственному социальному страхованию подлежат граждане, работающие на основе:

- трудовых договоров;
- членства (участия) в юридических лицах любых организационноправовых форм;
- гражданско-правовых договоров (предметом которых являются оказание услуг, выполнение работ и создание объектов интеллектуальной собственности) у юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Следует заметить, что обязательное начисление страховых взносов в Фонд социальной защиты населения осуществляется только на суммы, получаемые на основании договоров, предметом которых является создание объектов интеллектуальной собственности (т.е. договоры подряда и авторского заказа), если же объект интеллектуальной собственности только используется (на основании авторского договора), то на суммы авторского вознаграждения за использование данного объекта взносы не начисляются.

С вопросом социального страхования самым непосредственным образом связан вопрос исчисления трудового стажа, необходимого для назначения пенсии. Действующая с 1 июля 1998 г. новая редакция ст. 51 Закона Республики Беларусь «О пенсионном обеспечении» ввела в действие так называемый страховой принцип, согласно которому в трудовой стаж засчитывается работа, в период которой работник подлежал государственному социальному страхованию и за него, а также им самим в предусмотренных законодательством о государственном социальном страховании случаях уплачивались страховые взносы. В этой связи особое значение имеет норма закона, согласно которой в трудовой стаж могут включаться работы по гражданско-правовым договорам всех видов, по которым уплачивались взносы в Фонд социального страхования населения, о выполнении таких работ заносится запись в трудовую книжку гражданина.

Следующий вопрос, который достоин внимания дизайнеров, занимающихся предпринимательской деятельностью, это лицензирование бытовых услуг, таких как ремонт обуви, пошив и ремонт швейных изделий, меховых изделий и кожаных, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, лошив, вязание трикотажных изделий, ремонт и техобслуживание бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлоизделий изготовление и ремонт мебели, услуги фотоателье. фото- и кинолаборатория, фотосъемка вне павильона. Лицензия на вышеперечисленные виды услуг выдается юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям. Преимущество членства в творческих союзах: Творческим работникам — членам творческих союзов в целях обеспечения условий для их культурной творческой деятельности может ыделяться дополнительная жилая площадь (кабинет, мастерская) в соответствии с жилищным ваконодательством Республики Беларусь. Местные Советы обязаны предусматривать выделение творческим работникам в постоянно пользование части нежилого фонда под мастерские, студии, лаборатории, залы и т.д., необходимые для осуществления профессиональной деятельности. Запрещается передача этих помещений другим лицам, а также использование их в иных целях. Размер арендной платы за эти помещения устанавливается в соответствии с законодательством Республики Беларусь. На сегодня предусмотрена льгота по оплате площадей, занятых под мастерские членами творческих союзов. Она значительно снижает арендную плату и ставит членов творческих союзов в привилегированное отношение по отношению к другим гражданам. В целях стимулирования творческих работников, распространения и демонстрации достижений их творческой деятельности в Республике Беларусь регулярно проводятся республиканские и местные выставки произведений в области культуры, а также иные мероприятия по выявл сохранению талантов, пропаганде их

Статус творческого работника — члена творческого союза подтверждается непосредственно самим творческим союзом в соответствии с его учредительными документами.
Статус творческого работника, который не является членом творческого союза, подтверждается профессиональным сертификатом, который выдается специальной экспертной комиссией в соответствии с положением об этой комиссии, утвержденным Советом Министров Республики Беларусь, на основе достижений его профессиональной творческой деятельности.

Авторы «Про дизайн» № 1 противоречат сами себе. Хочется быть творцом, складывая «из кирпичей простую стенку» день за днем, эмоционально рассуждая о том, что дизайн — это искусство. Что в других странах (Ах!!!) действует авторское право. А какие там гонорары...

Среди авторов представлены и журналисты, и юристы, и дизайнеры. можно считать, что это корпоративная точка зрения. Я сторонник иных взглядов. Думаю, в моей позиции меньше эмоций и больше прагматизма. Предлагаю ее для обсуждения.

Напомню места из публикаций без фамилий. Это иллюстрация ситуации, а не конкретное ее проявление.

На Проект века ушло 4 года. Люди спрашивали, во что обошлись разработка и изготовление не проекта, а только «специального оборудования» для него. Они не гадали, называли разумные с их точки зрения суммы. Т.е., если бы такое оборудование было изготовлено и предложено к продаже, за эту цену его можно было бы купить. Посетители взяли бы сувениры или подарочные наборы «яиц», календари, часы, мозаику, которая позволила бы сделать календарь, но только для членов своей семьи? Это заинтересовало людей. Видеофильмы, книги, открытки по мотивам Проекта нашли бы своих покупа тепей

Доходы от продажи патентных прав могут превысить самые отчаянные фантазии. Пересчитанные из этих сумм гонорары сравнились бы с оплатой достаточно известных в мире дизайнеров.

Одни работают из любви к искусству, рисуют замечательный плакат Chees. Другие зарабатывают в Португалии свои деньги от продажи авторучек, изготовленных в виде стручка с «золотой» горошинкой. Помните японца? Я помню... Он стал миллионером, читая раздел «Маленькие хитрости» журнала «Наука и жизнь».

Трубы и бинокли вырастают не из сломанных игрушек. Охрана конструкции — не смешная тема. Чтобы сравниться с работами известных дизайнеров, надо поехать на выставку и поставить свою экспозицию с ними рядом. Заработать для этого деньги можно. Патент конструкции классного штатива для оптики стоит не два рубля. Продайте его фирме CANON или г-ну Ф. Старку. Включить патентованную конструкцию в свои разработки они не смогут. Кстати, копии арбалетов очень хорошо продаются в Германии независимо от сезона. И рыцари там бродят по улицам каждое воскресение.

Четыре дня живет не архитектура, а лишь ее выставочный образ. Помните?: «Каждый кубический дюйм пространства – это чудо, но каждый квадратный метр площади — это деньги». «Технологии могут все, а вот доходы ограничены воображением». Я хотел бы поспорить. Эта архитектура — НЕ воздушные замки, НЕ виниловые пирамиды. Найденные принципы должны существовать и в реальной жизни. Вам решать - как это сделать. Залы Ганновера, Парижа, Дюссельдорфа это подтверждают. Это очень красиво, очень конструктивно, очень патентоспособно.

Идеологи авторского права – французы считают, что его нормы нужны при взаимоотношениях с уникальными произведениями искусства. Пока лик «Джоконды» — в Лувре, а Яйца Проекта века — в музее – это объекты авторского права. Если же художник пристроил их к часам, они становятся Объектами промышленной собственности. И способны принести владельцу признание и доходы еще при его жизни. Вспомните Ван Гога... Это не взамен. Это дополнительно. Это ничуть не умаляет художественных достоинств.

Думаю, дизайнерам известен эскиз парашюта Леонардо. Но прыгнуть с ним на землю стало можно только совсем недавно. Не более ста лет назад. Вертолет полетел и того позже. Авторство художника неистребимо. Гонорары дизайнера за такую разработку нулевые. Недостаточно картинки. Никуда не уйти от производства (от потиражных). Только проданный товар может принести дизайнеру и славу, и деньги. И не забудьте о патентах.

Патентный поверенный МАНИЛОВ Юрий Яковлевич тел/ факс: (017) 271-46-84, e-mail: manilov_yuri@mail.ru



Защита интеллектуальной и промышленной собственности

Группа патентных поверенных ПАГ (основана в 1993 году)

Сергей ВИНОГРАДОВ — Евразийский патентный поверенный (per. №3), Патентный поверенный РБ № 0024. Дипл. физик, юрист

Людмила ПАНЧЕНКО — Евразийский патентный поверенный (per. №46), Патентный поверенный РБ (per. № 0018). Дипл. химик

Людмила СКОБКАРЁВА — Патентный поверенный РБ (per. № 0016). Дипл. физик **Алина ДУБКОВА** — Патентный поверенный РБ (рег. № 0066). Дипл. биолог, химик **Дарья ДУНАЙ** — Патентный поверенный РБ (per. № 0067). Дипл. биолог, химик Юлия КЛИМБОВСКАЯ — Патентный поверенный РБ (per. № 0070). Липл. физик **Петр ШИПАЙ** — Патентный поверенный РБ (per. № 0074). Дипл. физик

Татьяна ШИПУНОВА — Патентный поверенный РБ (per. № 0075). Дипл. инженер, юрист

 $oxed{ extbf{T}}$ оварные знаки, промышленные образцы, $oxed{ extbf{\Pi}}$ оиски, патентно-информационные исслеизобретения, полезные модели, авторское дования право, ноу-хау, лицензионные соглашения оформление и регистрация прав на интеллектуальную собственность в РБ и других транах мира

представительство при рассмотрении споров в судах и перед другими лицами, защи- 🔳 ереводы и оценка интеллектуальной та от недобросовестной конкуренции

Консультации по вопросам оценки, защиты и продвижения на рынок объектов интеллектуальной собственности, представительство при заключении лицензионных соглашений

собственности

Почтовый адрес : а/я 114, 220029, Минск, тел. (017) 284 48 17, 213 40 89, факс (017) 210 10 30, 210 27 12, e-mail:info@e-pag.com www.e-pag.com

11-14 сентября 2001 года в выставочном центре «Белэкспо» (Я. Купалы, 27) состоится 4 международная специализированная выставка «Интердизайн — 2001». Это первая столь масштабная экспозиция современного дизайна, проводимая в Беларуси за последние несколько лет. Выставка «Интердизайн» включена в каталог выставок ICSID (Международного совета организаций по промышленному дизайну) 2001 года.

Среди организаторов выставки Государственный комитет по науке и технологиям, Министерство иностранных дел, Министерство финансов, Министерство промышленности, Министерство жилищно-коммунальхозяйства, Белорусский дизайнеров, Союз художников, Союз архитекторов, Академия искусств, Национальный дизайн-центр и др.

Основные темы выставки «Интердизайн»:

Промышленный дизайн: [1]

- Средства транспорта. Сельхозтехника
- Станки, приборы, оборудование Медтехника
- Коммунальная техника
- Электронно-вычислительные приборы
- Оптико-электронные системы для банков, милиции, армии, таможни

Вещи в доме 21 века:

- Жилой интерьер, оборудование, убранство
- Мебель мягкая и корпусная
 Светильники, обогреватели, сантехника
- Бытовая электроника, аудиовидеотехника
- Экология жилья

Графический дизайн:

- Реклама • Полиграфия
- Дизайн и мода:

[4] Дизайн и мода:

- Одежда • Обувь
- Аксессуары

Рекламные агентства [5]

Желание участвовать в выставке выразили отечественные и зарубежные производители и поставщики дизайноемкой продукции, оборудования, инструментов и материалов для дизайн-деятельности, дизайн-студии, архитектурные бюро, рекламные агентства. На выставке «Интердизайн-2001» будут представлены работы лауреатов итальянского конкурса «Золотой циркуль» - одного из самых престижных в области дизайна.

Стенд Белорусского союза дизайнеров представит экспонаты из коллекции Союза, а также наши издательские проекты

Контактный телефон: (375-172) 34-02-21



НВЦ "БелЭкспо" 11-14 сентября 2001 г. "Интердизайн"

специализированная выставка. Промышленный дизайн. Вещи в доме XXI в. Дизайн и мода. Графический дизайн Дизайнерские и рекламные агенства.

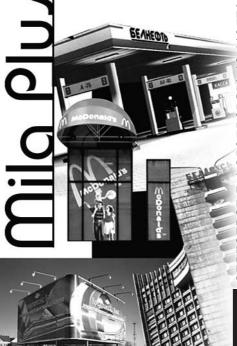
Тел/ факс: /017/ 234-02-21 WWW. interdesign.belexpo.by ул. Я.Купалы, 27 220600, Минск, Республика Беларусь

Полиграфия • графический дизайн

рекламные сувениры • упаковка

ксерокопия • direct mail





Адреса наших работ - вся территория республики. Среди заказчиков -Минский мотовелозавод, Оршанский станкостроительный завод, гостиничный комплекс "Юбилейный", Управление капитального строительства Мингорисполкома, Управление торговли Мингорисполкома, Управление общественного питания Минление оощественного питания глингорисполкома, "Беларусбанк", "Мосбанк", "Мосбанк", "Технобанк". "Мила плюс" является генеральным подрядчиком по изготовлению новой системы адресного ориентирования г, Минска, первая очередь которой сдана в конце 1999 г, Производственная база оснащена современным оборудованием и новейшими техно-

КОМПЛЕКС УСЛУГ

Разработка дизайн-проекта Согласование, изготовление. монтаж Подсветка фасадов зданий Отделочные работы Широкоформатная полноцветная Рекламные щиты в аренду Оформление АЗС

220070, г. Минск пр. Партизанский 20–2, т/ф 230–62–16; 214–54–82 E-mail: milaplus@tvt.by

Площадь— это серьезно. Это— идея. Это— задумка. Площадь— это мировоззрение. И у каждой Площади должно быть Имя.



Площадь Времени, на которой история архитектурных стилей Беларуси.

Не по нашей воле — сейчас на этом месте — памятник Пушкину и просто газон.

Когда-то, в 90-х, была задумана еще одна площадь в комплексе реконструкции бывшей бисквитной фабрики (центр культурно-делового общения "Вытоки")

Площадь князя Давида в Давид-Городке (строит.2000 г.)

Литературная идея: князь Давид на лодках приплыл к этому месту на Полесье 900 лет назад и по деревянным мосткам вышел на берег, основав затем город Средствами традиционного белорусского лего благоустройства идея превратилась в площадь, которую можно читать.

своей, пусть даже маленькой площади. Мы - это Архитектура.

Площадь Я. Коласа - её реконструкция завершена летом 2001. Посмотри на мощение - и словишь себя на мысли, что перед глазами что-то необычное. Поле белорусских васильков. Однажды, приедьте в Давид-Городок, что на Полесье, придите на площадь Я. Коласа в Минске и помечтайте о



Международный кавказский фестиваль рекламы

Участие: профессиональные коллективы.

рекламные агентства, издательства и др. **Дедлайн:**

Конкурсы. Печатная реклама о. предоставления работ: 31 августа 2001 года. Проведение фестиваля намечено на последнюю неделю сентября. Тегвизион напреживы (форматы ВЕТА-ВЕТАСАМУ 3 экипанный послеме РАЦ). (работы представляются на листах или в напуральном размере, не превышающем бОУСФ см). (копия работы формата А4 и одна

Упаковка и этикетка копия в натуральном размере, не превышающем 90 см). Титульный лист для газет и журналов. Приз:
Приз:

1 — 2 — 3 — призовые места, призы от спонсоров и организаторов

фестиваля.

CAUCASUS INTERNATIONAL FESTIVAL OF ADVERTISMENT CAUCASUS INITERNATIONAL FESTIVAL OF ADVENTISM. 68, KOSTAVA str. 380071 TBILISI, GEORGIA. Tel: (99532)330991 (99532)998602; (99532)368759; Fax: (99532)330991 Contact Person: Rusudan Glurjidze www.cifa.ge E-mail:niko@cifa.ge

SHINKENCHIKU RESIDENTIAL DESIGN COMPETITION 2001/ KOHKVOC UDDENTOR WILDOW DOWN

Тема: Дедлайн: архитектура малых зданий. 3 сентября 2001 года. з сентяоря гоот года. международный конкурс для дизаинеров, архитекторов и профессионалов смежных отраслей. план общего вида, план этажа, секций Участие: Работы: или рисунок перспективы и аксонометрический рисунок. Представляются на двух листах бумаги 594х841 мм. Не использовать

Идентификация:

на обратной стороне каждого листа бумаги укажите имя, возраст, адрес, номер контактного

Agpec: Entries committee, The Shinkenchiku Residential Design Competition 2001. Shinkenchiku-sha Co., Ltd. 31–2, Yushima 2-chome, Bunkyo-ku, Tokyo 113–8501, Japan

Дополнительная информация — http://www.japan-archi tect.co.jp/english/5info/index.html

Poster annual 2001/ Ежегодный международный конкурс плакатов 2001

вызывающие, провокационные работы 11 сентября 2001 года. принимаются работы, созданные с октября 2000 по октябрь 2001 года спайды работ или цифровой файл. и дополнительная информация— Тема: Дедлайн: Условие:

Формат: Регистрационная форма и до www.graphis.com

Международный конкурс дизайнеров обуви и аксессуаров Участие: свободные дизайне

обуви и аксессуаров
Участие: свободные дизайнеры и специализированные предприятия. срок подачи заявок на участие до 11 сентября, предоставление готовой коллекции до 10 котября. Конкурсная коллекция должна состоять из 3-5 комплектов. конкурсная коллекция должна состоять из 5-3 комплектов. Возможно представление моделей обуви и аксессуаров в ансамбле с одеждой. Для прохождения отборочного тура необходимо выслать по e-mail или доставить заявку на участие в конкурсе, фотографию конкурсанта, эскизы моделей. Информация об участниках, прошедших отборочный тур, и их работы будут очубликованы в каталоге международной выставки «МОСШУЗ».

«миссинуэ». Орткомитет конкурса: Москва, ул. Садовническая, д.33, тел./факс: (095)9519217 Дополнительная информация— www.mosshoes.com e-mail: gala-competition_sfa@mtu-net.ru

HOWS INTERNATIONAL DESIGN COMPETITION

Участие:

пизайнепы-графики участие: дизаинеры-графики, Дедлайн: иллюстраторы, фотографы и т.д... ди сентября 2001 года. Опоздавшие при внесении \$10 получают право на участие в конкурсе. Работы не будут приниматься позднее 5 октября 2001 года. Плата за участие: для профессионала — \$30, для студента — \$15.

чавоты: оригинальные графические дизаин-проекты, созданные между 1 января 2000— 1 сентября 2001 годов.

гооттодов. П**ризы, награды:** каждый победивший дизайнер получит сертификат, апрельский номер журнала «How magazin» и \$50.

Первый приз — участие в конференции 2002 года. Перелет, отель и регистрация — за счет «How magazin». Вступительные формы и оплату за участие в конкурсе следует направлять по

адресу: HOW INTERNATIONAL DESIGN COMPETITION 1507 DORNA AVENUE CINCINNATY OH 45207 USA.

Дополнительная информация — www.howdesign.com/complete/annual

2-ямеждународная выставка плакатов в Китае. Nnobo 2001 Дедлайн: подчи заявок и работ — 15 сентября 2001 года. Время проведения выставки: 5-15 ноября 2001 года. Категории плакатов: плакаты на тему FUSION, на тему культуры — провозглашающие культуру, образование, искусст-во, спортивные достижения; идеопотические и социальные – проблемы цивилизации, социальные и политические акции; кримерческие

прооцемы цирилизачил, коммерческие . **Работы:** в 2-х копиях, печать офсетная или шелкография. Цифровой файл или 120мм/4x5 спайд работы. Индикация файлов: TIFF или EPS формат, A4, 350dpiprecsion, CMYK. Приз: Гран-при и 26 призовых мест.

По всем вопросам обращаться в комитет feidad@arch.nctu.edu.tw

feida@arch.nctu.edu.tw

Международный конкурс плакатов 2001

Участие возрастные категории: 6-8 лет, 9-12 лет, 13-15 лет, 16-18 лет, 19 лет и старше.

Дедлайи: 15 сентября 2001. Имена победителей будут объявлены в октябре 2001 года.

Одна из тем на выбор: Что вым больше всего нравится в окружающей среде? Ваш плакат может объяснить всем, почему забота об окружающем мире так важна. Как окружающем среда изменилась со времен ваших родителей? В каком мире вы хотели бы жить? Ваш постер может показать друзьям и родным тот лучший мир, который вы хотите им подарить.

Работы: Допускается использование любых материалов. Работы должны быть предоставлены на бумаге или катоне: не больше 60х 45см (18х24) и не менее 28х23 см (81/2х1к). На обратной гороне плаката укажите спедующие сведения: имя, возраст и возрастная категория участника, название института или номер класса (для школьников), страна и ваш адрес.

стнам кате субму участичка, назватие института или ножер класса дри никольников, грана и ваш адрес. Приз: Победителей ожидает сертификат и сувенир на память. Работы направлять по адресу: UNFPA International Poster Contest 220 East 42nd Street, 23rd floor New York, NY10017 USA

Дополнительная информация — www.unfpa.org.

PEECTP

УСЛУГ И МАТЕРИАЛОВ

ирокоформатная печать/Печать на винил роительные материалы и инструменты роительно-ремонтные работы вготовление мебели / Деревообработк зтериалы и оборудование для реклам нцелярские, офисные принадлежности ерокопирование/Цветной копир готовление наружной рекламы готовление световых коробов мага / Расходные материалы элкография / Тампопечать дожественные материалы работка металла / Ковка ливка./Термобиндер лимерные покрытия дготовка к печати снение, конгрев работка стекла сетная печать отерная резка тексография



ЦВЕТНОЙ ПЕЧАТИВсе виды полиграфических услуг.
Фирменная торговля
Тел. 278 04 05, 278 06 43
Факс. 278 08 20

НАЗВАНИЕ ФИРМЫ				5 6 6 7 7 W	Факс. 278 08 20	
	РЕПРОЦЕНТР	ПОЛИГРАФИЯ	РЕКЛАМА	ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ УСЛУГИ	МАТЕРИАЛЫ	ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ РИДАМЧОФНИ
1 "APTCФEPA" Мебель по технологии "Hebrock GMBH"						т/ф 10-375-212-49-93-67, 23-66-37, E-mail: artshop@mail.ru
2 "Асобны дах"			l I			т/ф 017-249-80-77, 248-81-38, www.asobnydach.com
3 "Айвори"						017-226-44-29, 220-94-66
4 "Белая Карона" РА						017-217-41-61, 217-41-71, 206-44-73, E-mail: advert@karrrona.com
5 "Белорг С"						017-236-03-54, т/ф 017-236-01-62
6 "Белпром Бауплан Консалт GMBH"						017-286-25-17, 286-20-29, ф. 286-25-16
7 "Белый Терем"						017-263-32-03, 263-44-89, 263-79-09
8 "БиРинг"	l l					017-220-63-59, 8-0296-50-49-41, E-mail: birin@solo.by
9 "БОЛЬШЕ ЦВЕТА!" Центр документации Хегох						017-227-06-72, 210-57-57, E-mail: center@remark.com.by
10 "Волис-строй"						017-268-69-74, 268-69-75, 268-66-95
11 "ГеоПринт" СХП						017-236-52-76, 8-0296-01-13-49,
11 "ГеоПринт" 660				N		8-0296-609-609
PRINT						Ризография, УФ-лакировка
12 "Графикс" Рекламная дизайн-студия				N		017-239-13-60, 8-0296-35-34-33 Изготовление металлоконструкций
13 "Дарс"						017-2205101, 227-72-21, т/ф 210-41-26
14 "Дело" Журнал						017-223-94-89, 223-99-11, www.delobelarus.com.by
15 "Дизапресс"						т/ф 017-236-84-23, 236-85-93, 236-89-43, E-mail: disapress@home.by
16 "ЗрокАрт"						т/ф 017-217-40-31, 256-93-78 Широкоформатная шелкография
17 "Икселент"						017-206-46-64, т/ф 226-73-62
18 "Интернешнл Транс-Кэпитэл"			ı			017-268-40-48, 231-03-33, 231-86-21, E-mail: trans@belsonet.net
19 "ИмпероПлюс"						017-266-47-20, т/ф 266-67-41, 8-029-477-11-85
20 ИП Волынцев Д.Ю.						017-211-64-74, 8-0296-74-64-74 Декор. гипсовая лепнина
21 "Ковчег"			l I			0117-284-04-33
22 "Collection" (мобильные выставочные конструкции)						т/ф 017-217-00-94, 8-029-632-62-92
23 "Мила плюс"						017- 214-54-82, τ/φ 230-62-16, E-mail: milaplus@tut.by
24 Минская фабрика цветной печати					-	017-278-04-05, 278-06-43, ф. 278-08-20
25 "Новик"			,			017-206-61-25, 206-61-26, 206-66-43, E-mai: mail@novik.org
26 "Оптимальный свет плюс"						017-234-86-72, 234-50-37
27 "Пейпарс Трейд Хауз"						017-223-74-75, т/ф 223-75-80 Любая бумага
28 "Стахис"						017-289-32-47, 206-56-26, 227-46-66
29 "Studio PRACTICA" МоБелФриули						т/ф 017-213-30-52, 284-63-16, E-mail: mbf@nsys.minsk.by
30 "Tarpey Printing House"						017-210-05-21, 236-72-95, т/ф 236-35-22, 236-15-98
31 "ТРАЙПЛТЕХНО"						т/ф 017-264-50-05, 264-41-10, E-mail: tripletech@anitex.by
32 "Транстэкс"						017-285-39-14, 236-54-39, E-mail: transtex_print@tut.by
33 "Universal Press"						017-222-19-46 Изготовление представительских сувениров
34 "Феликс"						017-210-05-86, 210-05-87, т/ф 210-08-01
35 "Юнипак"						017-210-43-34, 227-13-37 Ламинирование, листоподборка

DAAS - АВТОРИЗОВАННЫЙ ДИЛЛЕР ФИРМЫ "LEXMARK" 285-61-71, 269-10-50, 266-95-61, 268-38-20 www.daascom.com; E-mail: daas@daascom.com

ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ

компьютеров мониторов комплектующих накопителей мультимедиа аксессуаров принтеров расходных материалов компьютерная мебель под заказ



PEECTP

дизайн-деятельности

ссортиментные программы атентные услуги/Оценка интеллек.т. собст. тементы экстерьера / Наружная реклама надшафты, территории ндустриальный дизайн ебель / Оборудование для интерьера итодизайн,флористика велирные изделия/Медали, значки одельные прически / Визаж, тату ак-логотип, фирменный стиль оигинал-макеты для печати 6-дизайн / мультимедиа нимация / Видео спертиза, консультации сессуары / Галантерея эхитектура / Интерьеры Сувенирная продукция (rt дизайн етовое оформление кламные кампании таковка / Этикетка енический дизайн тежда / Обувь истема слогана энные бумаги сподизайн



Фасадные и оконные системы из ПВХ и алюминия. Вентилируемые фасады. Зимние сады. Гарантия два года.

тел./факс. 264 41 10, 264 50 05

	Acc Mare Acc Ouc	Shall	Meg Cybe Art, Dbe Oge	Арх Лан Экс Сце Све	тел./факс. 264 41 10, 264 50 05
НАЗВАНИЕ ФИРМЫ	исследования	ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН	ОБЪЕМНЫЙ ДИЗАЙН	ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ ДИЗАЙН	ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
1 "АРТСФЕРА"					т/ф 10-375-212-49-93-67 Представительская продукция, пакеты
2 "Архитектурное ателье А.Трусова"					017-224-17-63
3 "Асобны дах"					т/ф 017-249-80-77, 248-81-38, www.asobnydach.com
4 "Белая Карона" РА					017-217-41-61, 217-41-71, 206-44-73, E-mail: advert@karrrona.com
5 "Белорг C"					017-236-03-54, т/ф 017-236-01-62
6 Белорусский союз дизайнеров				7	017-222-77-81, 229-33-98, E-mail: bdu@nsys.by
7 "Белпром Бауплан Консалт GMBH"					017-286-25-17, 286-20-29, ф. 286-25-16
					017-220-63-59, 8-0296-50-49-41, E-mail: biring@solo.by
8 ЦЕНТР МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНТАКТОВ					Флаги (изготовление в Германии, кожгалантерея, индивидуаль-
И РЕКЛАМЫ					ные ежедневники, каталоги, календари
9 "Больше цвета!" Центр документации Хегох					017-227-06-72,210-57-57 Нанесение оригинальных изображений
10 "Волис-строй"					017-268-69-74, 268-69-75, 268-66-95
11 "ГеоПринт"				T	017-236-52-76, 8-0296-01-13-49, 8-0296-609-609
12 "Графикс" Рекламная дизайн-студия					017-239-13-60, пейджер 289-12-12 аб. 6200, 8-0296-35-34-33
13 "Дарс"					017-220-51-01, 227-72-21, т/ф 210-41-26
14 "Дело" Журнал					017-223-94-89, 223-99-11, E-mail: delo@belsonet.net
15 "Дизапрес-Студио"					т/ф 017-236-84-23, 236-85-93, 236-89-43, E-mail: disapress@home.by
16 "EUROSTYLE McCANN-ERICKSON"					017-222-35-87, 222-31-65, 222-32-05, E-mail: esmce@it.org.by
17 "ЗрокАрт"					т/ф 017-217-40-31, 256-93-78,286-13-95, E-mail: zrok_art@mail.ru
18 "Икселент"					017-206-46-64, 226-73-62
19 "ИмпероПлюс"					017-266-47-20, т/ф 266-67-41, 8-029-477-11-85
20 "Интернешнл Транс-Кэпитэл"					017-268-40-48, 231-03-33, 231-86-21, E-mail: trans@belsonet.net
21 Касануэва Роберто ТМ					017-263-44-17, E-mail: rcasa@home.by
22 "Ковчег"					0117-284-04-33, Минск, а/я 121
23 "Collection" (мобильные выставочные конструкции)			I		τ/φ 017-217-00-94, 8-029-632-62-92
24 "КОЛОРЭКСПРЕСС"					т/ф 017-228-55-37, 210-21-75, E-mail: igor@colorex.belpak.minsk.by
25 "Мечта ботаника" г. Минск , ул. Кольцова, 32			_		017-261-51-12, 261-82-27 Большой выбор экзотических растений
26 "Мила плюс"			<u> </u>		017- 214-54-82, т/ф230-62-16, E-mail: milaplus@tut.by
27 Минская фабрика цветной печати					017-278-04-05, 278-06-43, ф. 278-08-20
28 "Новик"			<u> </u>		τ,φ 017-206-61-25, 206-61-26, 206-66-43, E-mai: mail@novik.org
29 "Оптимальный свет плюс"		-	1		017-234-86-72, 234-50-37
30 "ПАГ" Группа патентных поверенных		- 			017-284-48-17
31 "RED GRAPHIC" Дизайн-студия			<u> </u>		017-236-82-33, 236-82-52, www.redgraphic.com
32 "Sibu Design" TM					8-0296-747-047, www.sibu.at
33 "Сиреневая луна" Салон светильников					017-268-48-98, 228-33-32, ф. 285-73-03
34 "Стахис"					017-289-32-47, 206-56-26, 227-46-66
35 "Сэнс" ТДС					017-245-75-82, 245-13-23
36 "Studio PRACTICA" МоБелФриули		- 	+= <u>-</u>		τ/φ 017-213-30-52, 284-63-16, E-mail: mbf@nsys.minsk.by
37 "ТРАЙПЛТЕХНО"		-			τ/φ 017-264-50-05, 264-41-10, E-mail: tripletech@anitex.by
38 "Техника и коммуникации"			 		017-226-90-14,E-mail: stand@t-and-c.com.by Выставочные стенды
39 "ТМ архитектора Левина"			·		017-284-35-14
40 "ТМ архитектора Костича Б.С."					017-226-81-64, г. Минск, пр. Машерова, 23/1, офис 523
41 "Транстэкс"			-	-	017-285-39-14, 236-54-39, E-mail: transtex_print@tut.by
42 "Universal Press"					017-223-19-46
42 Universal Press 43 "Феликс"					017-222-19-40
43 Феликс 44 "Штука"					017-210-05-86, 210-05-87, 210-08-01 017-220-61-34 Бумажные пакеты
44. Шука 45. Щукин А. ТМ 46. "Юнипак"					017-220-01-34 вумажные пакеты 017-217-71-77, 8-0296-277-177 Сканирова 017-210-43-34, 227-13-37