

ПРЕДМЕТНЫЙ ДИЗАЙН В РОССИИ

или есть ли жизнь на Марсе?

МНЕ, КАК ПРАКТИКУЮЩЕМУ ДИЗАЙНЕРУ, КЛИЕНТЫ ЧАСТО ЗАДАЮТ ВОПРОС: «ЕСТЬ ЛИ СМЫСЛ ТРАТИТЬСЯ НА ДИЗАЙНЕРСКИЕ ПРЕДМЕТЫ МЕБЕЛИ?». КОНЕЧНО ДА! ВЕДЬ ИМЕННО ОНИ ДЕЛАЮТ ВАШ ДОМ УНИКАЛЬНЫМ, ПОМОГАЮТ РАСКРЫТЬ ХАРАКТЕР ИНТЕРЬЕРА И ВЛАДЕЛЬЦА, РАССТАВЛЯЮТ НУЖНЫЕ АКЦЕНТЫ И СОЗДАЮТ ЖЕЛАННУЮ АТМОСФЕРУ.

Роль дизайнера — создать вещь с особой изюминкой, выделить ее среди сотни типовых предметов. Конечно, помимо «изюма», она должна быть современной, функциональной и доступной. Для этого дизайнер должен учесть такие факторы, как возможности конкретного производства, существующие технологии, материалы, особенности эксплуатации, циклы старения, экономическую составляющую, будущую востребованность на рынке, грядущие тренды и ещё очень много всего. Звучит как нечто невозможное, но да, дизайнеры почти волшебники — создавая предмет, они могут заглянуть в будущее.

Следующий неперенный вопрос от клиентов: «Стоит ли платить за предмет с оригинальным дизайном, ведь можно взять более дешёвую копию?». Да, такая мебель или светильник стоит несколько дороже, так как наряду с обычными затратами появляются вложения в разработку дизайна, оплату услуг дизайнера, изготовление опытных образцов, испытание и продвижение на рынок. Кроме того, в копиях используют более дешёвые и недолговечные материалы. Меня поражает и расстраивает, когда некоторые российские производители с гордостью заявляют: «У нас европейский дизайн дешевле!». А поставщики предлагают заменить оригинальные товары китайскими копиями.

При этом ни у кого из них не возникает мысли попросить в аптеке продать им поддельные таблетки подешевле, а в магазине — «левый» алкоголь.

К сожалению, такая ситуация вызвана невысокими финансовыми возможностями нашего потребителя, отсутствием предложений уникального продукта от российских компаний по адекватной цене и сложностью правового поля в сфере дизайна, ведь подделку достаточно сложно доказать. Поэтому многим нашим производителям выгоднее делать копии известных брендов, или продолжать выпускать на протяжении десятилетий один и тот же дизайн, чем вкладывать средства в разработку уникальных и современных вещей.



СВЕТИЛЬНИК «BOLID»
КОМПАНИЯ «ARTLIGHT»

СВЕТИЛЬНИК
«APPLAUSE»
ДИЗАЙН –
АЛЕКСАНДР ШВЕЦ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ
«HANDLE STUDIO»



МАРИЯ ДЛУГОБОРСКАЯ

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ
В МЕЖДУНАРОДНОЙ
ШКОЛЕ ДИЗАЙНА

ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРА

ПРЕДМЕТНЫЙ ДИЗАЙН

 DLUGOBORSKAYA.RU

 MARIADLUGOBORSKAYA



СВЕТИЛЬНИК «ANTHURIUM»
ДИЗАЙНЕР – КРИСТИНА ЦИГЕНГАГЕЛЬ



ПРОЕКТ ПЕТЕРБУРГСКИХ
ДИЗАЙНЕРОВ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
«ДОМ»



СВЕТИЛЬНИК «QUASAR 3D»
КОМПАНИЯ «ARTLIGHT»

ПЛИТКА
ДИЗАЙНЕР – ДИМА ЛОГИНОВ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ «НЕФРИТ КЕРАМИКА»

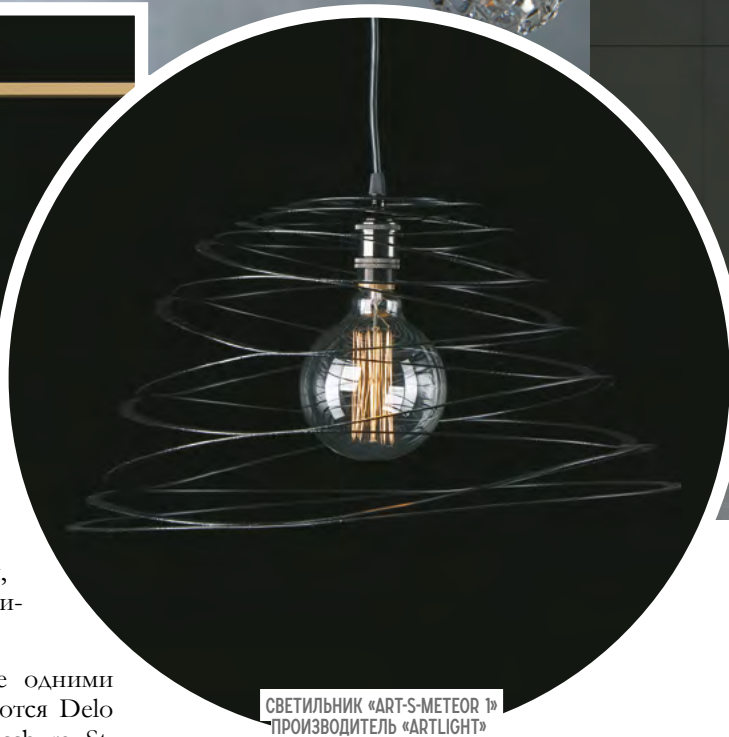


ЗЕРКАЛО «JUNO»
ДИЗАЙНЕР – МАРИЯ ДЛУГОБОРСКАЯ
ДИПЛОМ КОНКУРСА «ART, IHEART, IDESIGN»
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ «STPROFI»



СВЕТИЛЬНИК
«AUROOMX-DL»
ДИЗАЙНЕР – ДИМА ЛОГИНОВ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ «ЦЕНТРСВЕТ»

СВЕТИЛЬНИК «FIREFLIES»
ДИЗАЙН – ОЛЬГА ПОДОЛЬСКАЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ «HANDLE STUDIO»



СВЕТИЛЬНИК «ART-S-METEOR 1»
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ «ARTLIGHT»

А были и времена, которыми мы можем гордиться. Русский авангардный дизайн начала 20 века значительно повлиял на развитие всего мирового дизайна в целом. Затем, на долгие годы, советская плановая экономика затормозила развитие нашей отрасли. А ее развал нанес такой урон, от которого наш мебельный рынок не опомнился до сих пор.

НО, НАКОНЕЦ,
СИТУАЦИЯ НАЧИНАЕТ
В КОРНЕ МЕНЯТЬСЯ,
ПОЯВЛЯЮТСЯ
ПОТРЕБИТЕЛИ,
ГОТОВЫЕ ОЦЕНИТЬ
И КУПИТЬ
ЛОКАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ,
И РОССИЙСКИЕ
ПРОИЗВОДИТЕЛИ,
ГОТОВЫЕ ВЫПУСКАТЬ
ОРИГИНАЛЬНЫЙ
ДИЗАЙН

Но, наконец, ситуация начинает в корне меняться, появляются потребители, готовые оценить и купить локальный продукт, и российские производители, готовые выпускать оригинальный дизайн.

Например, в Петербурге одними из таких компаний являются Delo Design, Handel Studio, Glassburg, St. Profi, Artlight. А компания Premier Group даже проводит конкурсы на разработку новой линейки своей продукции и выводит её на международный уровень.

Создаются объединения, например такие как «Клуб промышленных дизайнеров», целью которых становится создание конкурентоспособной отрасли в России, формирование нового неповторимого русского стиля, организация выставок, конференций, а также продвижение бренда «Сделано в России».

Появляются интересные проекты, например «ДОМ» – коллаборация нескольких петербургских производителей и предметных дизайнеров, создавших интерьер дома, обставленный мебелью только местных производителей, отражающий современную культуру и локальный контекст.

Проводятся конкурсы и премии, такие как «Придумано и сделано в России», RUSSIAN PROJECT, ADD, направленные на выявление новых талантов.

Формируется своя плеяда звезд предметного дизайна. От уже известных и давно работающих с мировыми компаниями (Дима Логинов и Михаил Барашков), до недавно открытых новых имен. Например, Наталья Комарова получила в этом году престижные золотую и серебряную премии A'DESIGN AWARD & COMPETITION за кресло «Infinity» и светильник «Capsule», а выпускница нашей Академии имени Штиглица Майя Прохорова имеет в своем арсенале шесть почетнейших наград в сфере дизайна «Red Dot Design Award».

ПЛИТКА.
КОЛЛЕКЦИЯ «MUSE»
ДИЗАЙНЕР – ДИМА ЛОГИНОВ
КОМПАНИЯ «НЕФРИТ КЕРАМИКА»



ЛЮСТРА «ENIGMA»
ДИЗАЙНЕР – МАРИЯ ДЛУГОБОРСКАЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ «ARTLIGHT»



ПРОЕКТ НАТАЛЬИ КОМАРОВОЙ «INFINITY»
ПРЕМИА GOLDEN A'DESIGN AWARD

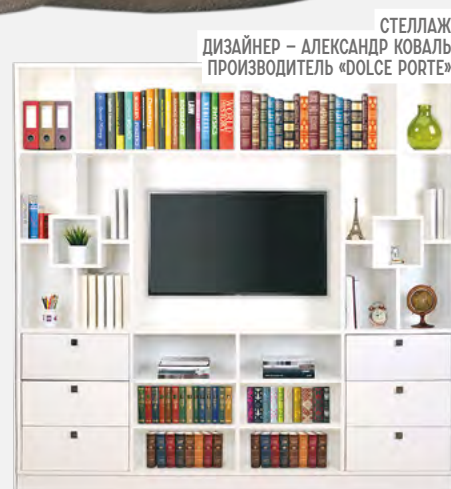
Появляются салоны, где представлены исключительно местные производители и дизайнеры. Например, недавно открывшийся в Петербурге неорусский концепт-стор «Палаты», главная цель которого — продвигать местных производителей и дизайнеров.

Ну и наконец, наше правительство решило разработать программу по развитию отечественного промышленного дизайна. На данный момент активно идет процесс анализа ситуации с привлечением авторитетных специалистов.

Так что, если посмотреть «вооруженным взглядом», то можно смело заявить, что российский промышленный дизайн жив. Думая о том, что происходит в отрасли дизайна сейчас, у меня возникает ассоциация со сжатой пружинной, готовой в любой момент распрямиться, выдать весь свой огромный потенциал и, наконец, обеспечить наших зажатых потребителей качественным, современным и оригинальным продуктом!



СТУЛ.
КОМПАНИЯ «PREMIER GROUP»
ДИЗАЙНЕР – ПАВЕЛ ВЕТРОВ
ПРИЗЕР RED DOT DESIGN AWARD 2020



СТЕЛЛАЖ
ДИЗАЙНЕР – АЛЕКСАНДР КОВАЛЬ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ «DOLCE PORTE»

ФОТОГРАФИИ ПРЕДОСТАВЛЕНЫ:
АВТОРОМ СТАТЬИ, ДИЗАЙНЕРОМ МАРИЕЙ ДЛУГОБОРСКОЙ;
ПРЕСС-СЛУЖБОЙ «A' DESIGN AWARD & COMPETITION»;
ДИЗАЙНЕРАМИ КРИСТИНОЙ ЦИГЕНГАЕЛЬ,
АЛЕКСАНДРОМ КОВАЛЕМ;
КОМПАНИЕЙ «ARTLIGHT»;
КОМПАНИЕЙ «НЕФРИТ-КЕРАМИКА»;
КОМПАНИЕЙ «ЦЕНТРСВЕТ»;
ДИЗАЙН-СТУДИЕЙ «DELO DESIGN». ПРОЕКТ «ДОМ»

ОНА СОЗДАЕТ КРАСОТУ ВОКРУГ СЕБЯ
И ВДОХНОВЛЯЕТ ДРУГИХ НА ЛЮБОВЬ
К ПРЕКРАСНОМУ.

НАШЕ ИНТЕРВЬЮ С ЗОЕЙ ТИ,
ДИЗАЙНЕРОМ, ЭКСПЕРТОМ ПО ЦВЕТУ.



Finch

НОВАЯ ПАЛИТРА, НОВЫЙ СТИЛЬ

ЗОЯ ТИ
ДИЗАЙНЕР, СПЕЦИАЛИСТ
ПО ЦВЕТОВОСПРИЯТИЮ

ZOYA_TI_DESIGNER

ZOYATI.RU

- Расскажи про свою работу в этом проекте и как ты в него попала?
- С руководством компании Goldshell я знакома уже несколько лет, мы пересекались по различным дизайнерским проектам. Компания на рынке декоративных настенных покрытий уже довольно давно, со своим производством и настоящей химической

лабораторией. Мне очень импонирует их подход к бизнесу, любовь к продукции, которую они производят, постоянный поиск новых материалов, технологий и совершенствование процесса производства. Таких компаний мало.

Поэтому, когда они мне предложили разработать палитру для новой матовой краски, я конечно же согласилась. Как интерьерный дизайнер с 15-летним опытом я понимаю, какие цвета востребованы и будут хорошо смотреться



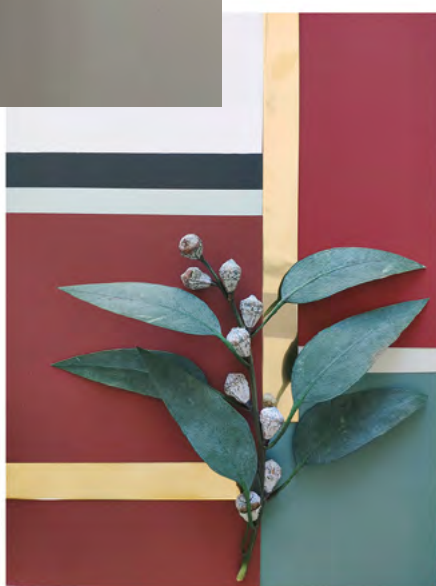


на стенах, а как колорист, я действительно могу разработать такую палитру.

— Как проходила работа над палитрой?

— Сначала я из подручных материалов подобрала образцы цвета, которые бы хорошо смотрелись на стенах, их было больше 200. Потом специалисты и технологи компании воспроизводили их в лабораторных условиях. Что-то было возможно сделать, что-то нет. Ведь краска должна колероваться как в больших объемах, так и в маленьких. Если на большой объем нужно всего несколько капель пигмента, то на маленький нужна еще меньшая дозировка, что невозможно будет воспроизвести на колеровочном аппарате.

Из тех, что можно было колеровать без проблем сделали выкрасы и тут опять проверку прошли не все. Какие-то



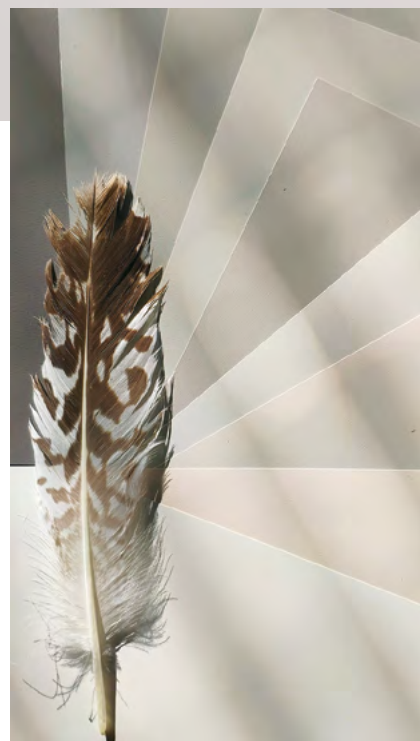
оттенки получились очень близкими и я выбирала те, что смотрятся интереснее, другие были недостаточно приглушенными для использования в больших объемах, в третьих проявилась ненужная «серинка», которая при недостаточном освещении, особенно характерном для Санкт-Петербурга, могла сделать цвет грязным и неприятным для восприятия. Далеко не все оттенки остались в палитре.

КАК ИНТЕРЬЕРНЫЙ
ДИЗАЙНЕР С 15-ЛЕТНИМ
ОПЫТОМ Я ПОНИМАЮ,
КАКИЕ ЦВЕТА
ВОСТРЕБОВАНЫ
И БУДУТ ХОРОШО
СМОТРЕТЬСЯ НА СТЕНАХ,
А КАК КОЛОРИСТ,
Я ДЕЙСТВИТЕЛЬНО
МОГУ РАЗРАБОТАТЬ
ТАКУЮ ПАЛИТРУ





Следующим шагом было формирование колеровочной карты. Каждый оттенок должен был найти в ней свое место, чтобы палитра в небольшом раскладывающемся буклете выглядела гармонично и логично. Эту работу мы с представителем компании делали дистанционно, она оказалась для меня неожиданно сложной. Нужно было не просто красиво расположить оттенки, но и соотнести их с количеством столбцов, переходом от одного цвета к другому, с растяжкой по оттенкам от светлого к темному по каждому столбцу. Очень интересный опыт. Никогда раньше по таким критериям с цветом не работала, отличное упражнение для тренировки глаз.



- Сколько времени ушло на всю эту работу?
- С момента подбора первых образцов, до выхода напечатанной колеровочной карты около 6 месяцев.
- Зоя, это получается командная работа?
- Да. Безусловно. Также как и при работе с предметным дизайном. Чтобы выпустить в продажу тот же стул, его мало просто придумать.