

INTERIOR+DESIGN

gold edition

ISSN 1027-8893



2 4 0 1 2 >



4 670227 030034

12-1

ДЕКАБРЬ 2024/ЯНВАРЬ 2025

*ЗОЛОТОЙ ВЫПУСК

**ЛУЧШИЕ ДИЗАЙНЕРЫ
И АРХИТЕКТОРЫ РОССИИ 2024.
ИМЕНА, СОБЫТИЯ, ТРЕНДЫ**

GOLD EDITION 2024-2025*

16 | LOCAL NEWS

Новости

Биеннале дизайна | Современный русский стиль | Русское невероятное | Чересчур | Степени прозрачности | Палаты | Кенго Кума | Любовь Попова | Кукрыниксы | 110 лет истории

Интервью

Иван Басов и Дима Логинов
Катрин Борисов
Александр Перепелкин

Тенденции

Форма материи | Дизайн без границ | Ручная работа | Искусство вне времени | Набор массы | Winner! Design.now | Новые горизонты

Содержание

58 | I+D GOLD

Надежда и Гиви Ананьевы | Олимпиада Арефьева | Татьяна Аленина и Владимир Красильников | «Артформа» | «Арх.Предмет» | Алексей Аладашвили | Ариана Ахмад | Наталья Белоногова | Владимир Березин | Ангелина Бородкина | Марина Брагинская | Полина Герасимова и Светлана Калиманова | Ирина Глик | Елена Горенштейн | Ирина Граве | Ксения Евстафьева | Евгения Евинзон | Анна Зиньковская | Кирилл Истомина | Максим Кашин | Олег Клодт | Сергей Колчин | Игорь Куркин | Марина Кутузова | Елена Локастова | Зоя Мамонтова | Ольга Манакова | Дана Матковская | Александр Орлов и Елена Семенова | Наталья Пантюхина | Елена Паунич | Полина Пидцан | Аида Рагимханова | Катерина Спинелли | Борис Уборевич-Боровский | Рустэм Уразметов | Александра Федорова | Анастасия Хальчицкая | Ирина Чернейкина | Ольга Яковлева и Павел Стефанов |

GOLD EDITION 2024-2025*

58 | I+D GOLD

Ab-architects | BABAYANTS
ARCHITECTS | BALCON | BIGO |
Buro 19.23 | Chado | DA Bureau | .dpt |
EDXXKAT | el Born studio |
ELFORMA STUDIO | FORM |
Fruktov Interiors | Horomystudio |
KIDZ | Kozeen + Rueda |
Line Design Studio | ludi_architects |
Mast | MISH STUDIO | MOPS |
NAMU BURO | P+Z interiors |
Quadro Room | RHIZOME |
Rubleva Design & Architecture | RYMAR.
studio | SE Design Buro | Sinitsa Buro |
Sisters' Design | Static Aesthetic Architects |
Tolko Interiors | Totskaya & Zemlyanykh |
TS Design | Vaagn Mikaelyan Architects |
VANDALL | Alexander Volkov Architects |
VOX Architects | ZROBIM architects |
ZE|Workroom

Содержание

198 | INTERIOR DESIGN

Анна Зиньковская | Максим Кашин |
Totskaya & Zemlyanykh |
Зоя Мамонтова | Ариана Ахмад |
Hideout, Wunwood | Владимир
Березин | Сергей Буринский |
JP Interiors design

260 | Новости компаний

Культурная эволюция
Российские производители
делают ставку на дизайн
и современные технологии

Блестящие идеи
Два десятка предметов
с новогодним настроением

Особое внимание
Новинки интерьерных салонов
и брендов

272 | Limited Edition

Так закалялась сталь

LOCAL NEWS

В этом году коллаборации российских дизайнеров и галерей вышли на новый уровень — мы не поместили на страницы номера всех героев, но обещаем, что каждый из них получит должное внимание в следующем году! Выставочный сезон в полном разгаре — авангард, конструктивизм и совриск, история российского дизайна и новые имена. Мы не подводим итоги уходящего года, но вместе с нашими коллегами из сферы медиа, искусства и дизайн-образования анализируем пару прошедших десятилетий и заглядываем в будущее.

Наши события

Ирина Корина.
«Опять-опять», 2015.

Работа из коллекции Антона Козлова представлена на выставке «Двадцать один длинный, один короткий» в арт-галерее Ельцин Центра в Екатеринбурге. Выставка открыта до 25 февраля 2025 года.



ОПАТЬ



ФОТО ПРЕДСТАВЛЕНО АНТОНОМ КОЗЛОВЫМ

МУЗЕЙ ДЕКОРАТИВНОГО ИСКУССТВА

Биеннале дизайна

На IV выставке «Придуманно и сделано в России» представлены 426 предметов российского дизайна, отобранных международным экспертным советом по результатам одноименного конкурса. Проект представляет современных авторов, показывает диапазон интерьерных решений и новые концепции, работу с художественным и ремесленным наследием. До 2 марта 2025 года.



ТРЫН*ТРАВА

Современный русский стиль

Из 2000 заявок кураторы выбрали более 90 авторов со всей страны, осмысляющих русский стиль и создающих предметы для интерьера. Проект знакомит широкую аудиторию с работами художников, скульпторов, дизайнеров, специалистов по текстилю, керамистов и представителей декоративных производств. Основа концепции этого года — тема «7я» — седьмой год проведения выставки совпал с годом семьи, а отдельный зал оформлен как детская.

ЦЕНТР «ЗОТОВ» Русское невероятное

К своему второму дню рождения центр «Зотов» открывает выставку, посвященную исследованию конструктивистских методов. Кураторы предлагают искать причины возникновения этого явления в древнерусской живописи и авангарде и его влиянии на нонконформизм и современное искусство. На выставке собрана живопись, скульптура, графика и декоративно-прикладное искусство — всего 144 экспоната из музеев и частных собраний. До 23 марта 2025 года.





ФОНД RUARTS
Чересчур

Новая выставка современных российских художников в фонде Ruarts под названием «Чересчур» обращается к феномену китча и предлагает критический взгляд на его истоки и определяющие черты. Работы объединяются расхожими сюжетами — райская жизнь, культ селебрити, стандарты телесной и духовной красоты, высокая культура и эстетический канон. «Выставка позволяет обнаружить огромный потенциал китча для изучения современной культуры, коллективных и индивидуальных ценностей, а также для художественной рефлексии», — подчеркивает куратор Алексей Масляев. До 11 мая 2025 года.



HERITAGE

Степени прозрачности

Новый проект GlassGlow в галерее Heritage приурочен к 10-летию юбилею возобновления работы Гусевского хрустального завода. Он сосредоточен на формировании современной платформы для регулярного фестиваля стеклоделия и восстановлении его традиций. Куратор первой выставки «Степени прозрачности. Vitalité fragile» Марина Ширская объединила работы авторов разных поколений, созданные в различных техниках и отражающие возможности стекла как материала. Над сценографией выставки работала театральная художница и архитектор Нана Абдрашитова. До 28 февраля 2025 года.



ПАЛАТЫ

Галерея и ателье

Новое пространство открылось в Петербурге 18 октября по адресу улица Малая Зеленина, 1/22. Локация объединяет два направления — галерею и ателье по производству мебели. Пространство задумано как место для диалога профессионального сообщества, объединяющее сферы дизайна, архитектуры и искусства. Здесь также будут проходить лекции, дискуссии, кинопоказы на тему дизайна.



ИРКУТСК

Кенго Кума

В Иркутске началось строительство жилого квартала по проекту японского архитектора Кенго Кумы. На территории бывшей промышленной зоны строят комфортабельное жилье с общественными пространствами. По словам автора, преобразование промышленной зоны в место для сообщества — общая тема проектов XIX века. Графика фасадов, по идее архитектора, напоминает березовую рощу.

ЕВРЕЙСКИЙ МУЗЕЙ И ЦЕНТР ТОЛЕРАНТНОСТИ Любовь Попова

Первая за 35 лет монографическая выставка о Любви Поповой в Москве подготовлена совместно с Третьяковской галереей и Культурным проектом «Энциклопедия русского авангарда». Экспозиция включает более 280 живописных и графических произведений художницы и ее современников Пабло Пикассо, Казимира Малевича, Надежды Удальцовой, Варвары Степановой, многие из которых будут показаны впервые. До 27 февраля 2025 года.



МАНЕЖ Кукрыниксы

Выставка «Кукрыниксы» приурочена к 100-летию образования союза трех художников: Михаила Куприянова, Порфирия Крылова и Николая Соколова. Над архитектурой пространства работала Юлия Наполова и ее бюро PS Culture. Экспозиция занимает почти 2000 кв. метров и включает 10 залов, каждый из которых посвящен одному из периодов творчества художников — авторы архитектуры выставочного пространства вдохновлялись эстетикой ВХУТЕМАС.



ФОТО ВАСИЛИЙ БУЛАНОВ.
ПРЕДОСТАВЛЕНЫ ПРЕСС-СЛУЖБАМИ МУЗЕЕВ И ВЫСТАВОК.



МОСКОВСКИЙ МУЗЕЙ ДИЗАЙНА 110 лет истории

С 25 декабря 2024 года по 25 декабря 2025 года Московский музей дизайна проводит в Новой Третьяковке масштабную выставку, которая охватывает 110 лет российского дизайна, от экспериментов авангарда и системы дизайна в СССР до нашего времени. Концепция проекта ведет отсчет от Последней футуристической выставки картин «0,10», где впервые были показаны «Черный квадрат» Казимира Малевича и контррельефы Владимира Татлина.

SMART TALK

ИВАН БАСОВ.
ПРЕДМЕТНЫЙ ДИЗАЙНЕР.
КУРАТОР НАПРАВЛЕНИЯ
«ДИЗАЙН МЕБЕЛИ» в БРИ-
ТАНСКОЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ
ДИЗАЙНА, АРТ-ДИРЕКТОР
МЕЖДУНАРОДНОЙ
ВЫСТАВКИ ARTDOM.

О дизайн-образовании и перспективах профессии — куратор программы «Британки» Иван Басов и дизайнер Дима Логинов.

Алексей Дорожкин. Как строится преподавание предметного дизайна в «Британке»?

Иван Басов. Перед студентами, не имеющими опыта в предметном дизайне, сразу ставится конкретная практическая задача. На программе «Дизайн мебели» студенты работают с брифами от брендов-партнеров, таких как Monochrome, Modenature, Salini. На курсе преподают одни из лучших практиков индустрии, что делает его уникальным.

А.Д. Можно ли освоить профессию за год?

И.Б. Мы скорее вводим в профессию, чтобы на старте у ребят было хорошее портфолио с сильным реализованным проектом. Даем навыки, которые нужны на практике, идем теми же шагами, что и дизайнеры в своей реальной работе. Помимо этого, даются знания, которые помогают в этом расти. Мы как бы искусственно растягиваем процесс проектирования, чтобы он стал именно обучением. И потом выпускники пройдут тем же путем с потенциальными клиентами, но только в более сжатые сроки.

А.Д. Дима, ты начал преподавать в «Британке». Какие особенности российского дизайн-образования ты видишь в целом?

Дима Логинов. Когда в 1994 году я пришел учиться на художника-стилиста в области парикмахерского искусства, нам честно сказали, что все, чему научат за эти три года, будет актуально только для этих трех лет. И если ты хочешь работать дальше и что-то значить в индустрии, придется каждый год переучиваться. Это важная вещь, которую многие упускают. Им кажется, что если они получают диплом, то все — они уже готовые блинчики, которые все будут есть, пока не состарятся. Но нет, придется учиться бесконечно. За пять лет любой 3D-редактор меняется настолько кардинально, что ты фактически изучаешь его заново. А это просто техническая часть, одна из сторон твоей работы. Если люди приходят с пониманием, что образование — это 10–20 процентов, а остальное придется самим добирать, то результат будет.

А.Д. С какими амбициями приходят студенты?

Д.Л. Есть две мотивации: ложная и истинная. Истинная мотивация особенно важна в предметном дизайне, больше чем в интерьерном. Нужно быть готовым, что ты вообще ничего не будешь зарабатывать. Если это понимать, то от работы начинаешь получать удовольствие и может начать выстраиваться какая-то коммерческая история. Желание славы, сразу начать круто зарабатывать — по мне, это явные признаки ложной мотивации, а не проявление любви к дизайну. А без этого вообще ничего не получится. Мы не знаем, на что способны, какой у нас творческий почерк, какой у нас стиль. Чтобы это узнать, нужно очень много работать, очень много создавать, очень много изучать.

И.Б. Предметный дизайнер — профессия специфическая. Особенность нашего курса в том, что мы делаем акцент на индивидуальности человека: на его видении, на том, что именно он хочет транслировать. И когда студенты видят свой первый предмет реализованным, они что-то

для себя открывают и окончательно влюбляются в профессию.

А.Д. Чего не хватает в системе дизайн-образования?

Д.Л. Синтеза между разными направлениями, мультидисциплинарности. В некоторых вузах занимаются текстилем, мебелью, керамикой, стеклом разные «башни», которые не то что не дополняют друг друга, а почти не пересекаются. Студентам нужно иметь возможность свободно выбирать лекции по смежным специальностям. Я читаю лекцию по теме трендов, и большая часть аудитории — интерьерные дизайнеры. Но лекция не только об интерьерах! Как мы можем разделить тренды в fashion, графическом дизайне, архитектуре и тренды в интерьерах?

И.Б. В «Британке» студент получает доступ ко всем ресурсам школы и мастерским, нужно только пройти вводную часть. Так реализуется подход, о котором говорит Дима. Хотя полностью согласен, что наша система образования отличается от зарубежной.

А.Д. Как изменился продакт-дизайн в России?

И.Б. У меня профильное образование дизайнера мебели. По окончании обучения на эту профессию не было запроса в России. Сегодня рынок нуждается в предметных дизайнерах.

Д.Л. Когда я начинал придумывать предметы, я знал поименно всех, кто этим занимался. Это было чуть больше 15 лет назад. Два года назад на конкурсе «Придуманно и сделано в России» я увидел тысячи проектов. Раньше шанса зарабатывать здесь у меня не было, а сегодня я могу перестать работать на европейские компании и прекрасно жить, сотрудничая только с российскими производителями. Это неплохой признак развития индустрии.

А.Д. Что дает международный опыт?

Д.Л. Любые дизайнеры, ориентированные только на локальный рынок, не имеют ни малейшего представления о том, что такое глобальная конкуренция. Твой дизайн может оказаться коммерчески более успешным, чем дизайн Росса Лавгроува. Это жесточайшая конкуренция

и совершенно другой подход к работе. Компании не тратят время на разговоры. Я десять раз переделывал дизайн, но уже через два часа получил технический чертеж на утвержденный вариант. В России процесс будет длиться куда дольше. В Италии ты должен успеть к выставке iSaloni. А не успел к EuroIuce — пропускаешь два года. Хотя сейчас некоторые российские производители ставят задачу успеть к ARTDOM.

А.Д. Сохранились ли сейчас международные связи?

И.Б. Стало меньше упоминаний в медиа. Но продолжают поступать брифы от международных компаний. Открыто участие в международных конкурсах дизайна.

А.Д. Как меняется подход российских брендов к дизайну?

Д.Л. Большое влияние оказывают классные кейсы. На мою коллаборацию с divan.ru другие производители смотрят как на пример. Смелые игроки мотивируют менее смелых. Компании понимают, что нужны крутые съемки, брендинг. Без этого ты не отправишь предмет на международный конкурс. Пиар, маркетинг — это все начинает работать куда лучше.

А.Д. А культура работы с дизайнером как изменилась?

Д.Л. Мне легче в этом плане, я умею идти на разумные компромиссы в плане дизайна. Но не в плане договора! А юридическая сторона — самое слабое звено в России. У нас низкая культура заключения договоров с дизайнерами, это не win-win, а оборонительные договоры «хищник—жертва». А я жертвой быть не хочу. Когда мое имя слышат юристы разных брендов, мне кажется, они покрываются красными пятнами. Ничего — научатся заключать нормальные договоры, за которые нам всем не будет стыдно.

А.Д. А с точки зрения культуры производства, качества?

Д.Л. Многие компании сильно стараются, и мне это напоминает подход итальянских брендов, которые в доску разобьются, чтобы добиться результата. А есть производители, которые копируют дизайн, но при этом хотят делать что-то уникальное. Так не бывает: либо вы делаете реплики, либо дизайн. Думаю, это пока болезнь переходного возраста, производители должны наконец почувствовать, что наелись.

А.Д. Сейчас копируют и российский дизайн: подделки Delo Design, случай с «Архполе» при строительстве аэропорта или Элиной Туктамышевой на выставке «Россия».

Д.Л. Я понимаю, к чему ты клонишь. (Смеется.)

А.Д. Светильник, так напоминающий Fedora...

Д.Л. Я с большим уважением отношусь к дизайнерам, которые защищают свои права. Но лично мне все равно, потому что все годы, что я создаю дизайн, вижу его на «Алиэкспрессе». Дизайнеры покупают там предметы, которые уже 10 лет не производятся, и отмечают меня в соцсетях. Одной компанией больше, одной меньше — с меня не убудет. Мне кажется, лет через 50 авторское право исчезнет, потому что мы живем в мире перепроизводства. А это означает и перепридумывание. Сегодня придумать оригинальный дизайн куда сложнее, чем даже 10 лет назад. Появляется что-то новое, короткое время живет на рынке и заменяется чем-то более новым. В 1950–60-х на планете жило 2 млрд человек, а сегодня — 8! Представляешь, как сильно поменялся рынок?

А.Д. Чью жизнь делает лучше этот переизбыток дизайна?

Д.Л. У нас профдеформация — кажется, что весь мир крутится вокруг этого. Но когда далекому от дизайна человеку говоришь, чем занимаешься,

он делает круглые глаза: «Разве нужны специальные люди для того, чтобы придумать, как будет выглядеть тарелка, стул или светильник?» Это сильно отрезвляет. Всем плевать на самом деле. В том числе потому, что индустрия дизайна никогда не была частью поп-культуры — в отличие от fashion, например. Сегодня итальянские или европейские бренды не могут привить любовь к дизайну молодому поколению. Реальность такова, что 20–25-летний потребитель скорее возьмет в кредит условно сумку Balenciaga, но не потратит больше 200 евро на диван.

А.Д. Почему?

Д.Л. Balenciaga — это часть поп-культуры, вокруг нее много инфлюенсеров, блогеров, отлично работают соцсети, а в интерьерном рынке всего этого нет.

А.Д. Не будет оригинального дизайна?

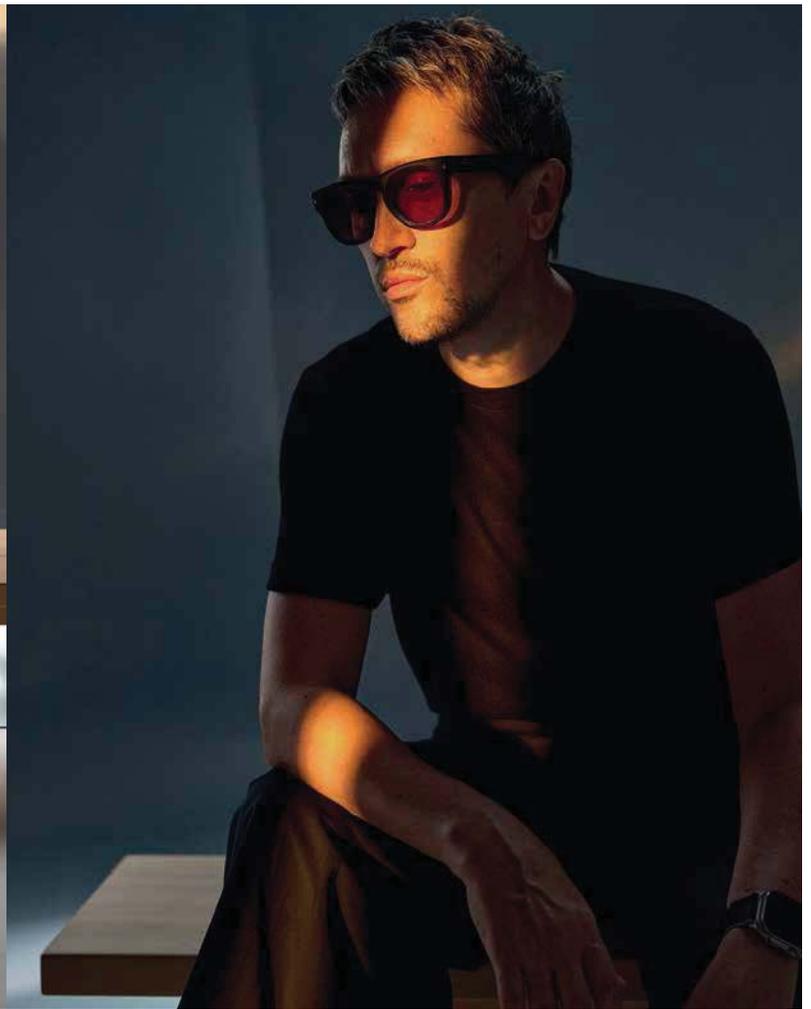
Д.Л. Оригинальный дизайн останется. Но его станут повторять в том или ином виде, а общество будет на это смотреть более лояльно. Кроме того, качественный дорогой дизайн будет еще больше ориентирован на избранных. Абстрактная «Икея» закроет потребности, и это все-таки относительно качественный дизайн. Но если мы говорим про те марки, которые любим и за которыми следим, в том числе на Неделе дизайна в Милане, то явно будет заметно сужение. Молодой потребитель не чувствует ценности их работы.

А.Д. Иван, в обучении вы даете навыки планирования работы с учетом будущего?

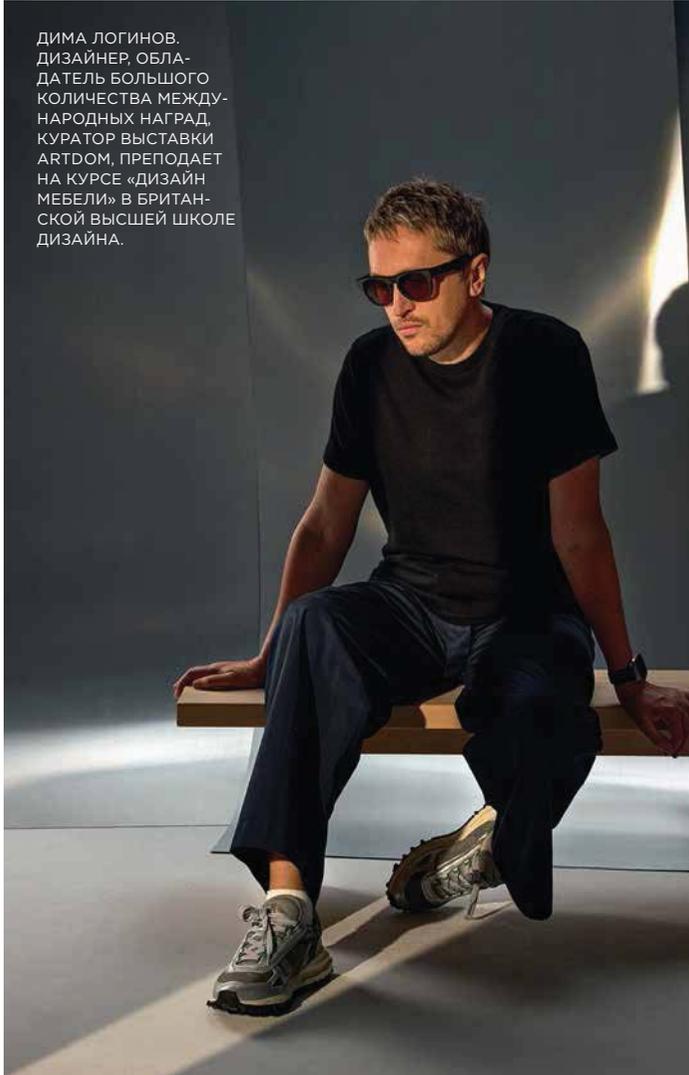
И.Б. Мы смотрим в эту сторону, но в рамках 10 месяцев в тему глубоко не погружаемся. В планах — расширение программы до двух лет, и мы сможем шире взглянуть на эти вопросы.

А.Д. Каков спрос именно на российский дизайн?

Д.Л. У нас потребитель недополучает качественных продуктов, спрос больше, чем рынок может предложить. Хочешь купить себе хороший недорогой комплект постельного белья — идешь в «Икею», а если у тебя «Икея» нет, то не понимаешь, куда идти. И так со всем остальным. В России много незакрытых позиций, и те, кто их закрывает, сегодня — выигрывают. Это особенность нашего рынка сейчас. А если говорить про глобальный, то, думаю, нас ждут серьезные изменения. И в первую очередь, как я говорил выше, именно из-за смены поколений. За этим будет очень интересно наблюдать.



ДИМА ЛОГИНОВ.
ДИЗАЙНЕР, ОБЛА-
ДАТЕЛЬ БОЛЬШОГО
КОЛИЧЕСТВА МЕЖДУ-
НАРОДНЫХ НАГРАД,
КУРАТОР ВЫСТАВКИ
ARTDOM, ПРЕПОДАЕТ
НА КУРСЕ «ДИЗАЙН
МЕБЕЛИ» В БРИТАН-
СКОЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ
ДИЗАЙНА.



КАТРИН БОРИСОВ
В ПРОСТРАНСТВЕ
ГАЛЕРЕИ RUARTS.
ПРОДЮСЕР СЪЕМКИ
ИРИНА ГЕРАСИМОВА.
ФОТОГРАФ АЛЕКСЕЙ
ДУПЛЯКОВ.



Катрин Борисов

Арт-директор галереи и фонда Ruarts — об индустрии, поддержке художников и переменных.

В этом году галерея Ruarts исполнилось 20 лет. Какие перед ней стояли задачи и что получилось сделать?

Когда я почти 15 лет назад пришла в галерею арт-директором, то сказала основательнице фонда Ruarts Марианне Сардаровой, что мне не интересно заниматься художниками какого-то одного направления, нужно постоянно держать руку на пульсе, чтобы галерея жила и развивалась. В этом отношении моя точка зрения остается неизменной: как и в буддизме, единственное постоянное — это перемены. Мы ищем новых авторов. У нас есть специальный проект «Дебют» — раз в год показываем молодых художников, студентов или выпускников художественных училищ и школ, тем самым тоже оказывая им серьезную поддержку. Старшее поколение, безусловно, получает от нас большое количество внимания — скажем, Сергей Борисов, чья выставка недавно прошла, или Михаил Розанов. Есть художники, которые с нами остаются надолго, при этом я стараюсь, чтобы регулярно появлялся новый материал — в групповых или персональных выставках. Именно так у нас появился чудесный художник Дмитрий Цветков, который всю жизнь работал с текстилем и сейчас пробует разные подходы в графике, объектах, музыке и поэзии. Это задача номер один — следить за интересными художниками, поддерживать тех, кто заслуживает внимания, искать новых авторов с той целью, чтобы не останавливаться в развитии.

Какой стратегии придерживается галерея в работе с художниками?

Работа с художником всегда одна и та же — это максимальная поддержка. Вклад в продакшн, продвижение и всестороннюю помощь, включая психологическую. Последнее сейчас, к сожалению, может быть гораздо важнее, чем все остальное. А стратегия самой галереи — удержаться на плаву в довольно сложной обстановке. Мы большая галерея, художников много, но этот рынок

очень медленный. Мы пытаемся максимально сконцентрироваться на том, чтобы художники оставались здесь и продолжили полноценно работать.

Как галерея и фонд могут поддерживать современное искусство?

У галереи коммерческие задачи, и этим она отличается от фонда. Как фонд мы реализуем большое количество программ — гранты, аукционы, образовательная деятельность, мастер-классы, издательская деятельность. Мы работаем с музеями, показываем наших художников на ярмарках, что для них очень важно. Естественно, сосредоточены на продажах и стараемся, чтобы работы попали в хорошие коллекции. Знакомим с авторами довольно широкий круг посетителей, профессионалов и просто любителей искусства. Занимаемся рекламой, чтобы каждое мероприятие, пусть даже небольшая выставка, было хорошо освещено, художники давали интервью, появлялись в коллаборациях. У нас есть особая плеяда уличных художников, они, как правило, продолжают работать и делать работы в городе — большие муралы, и многие вышли на серьезный уровень. Например, Дима Аске или Алексей Лука.

Что для вас сейчас — самое самобытное в современном искусстве?

Работа с текстилем. Этот тренд возник довольно давно, а в этом году наша выставка «Нити» привлекла к нему должное внимание. Она была задумана несколько лет назад, но только в этом году мы смогли ее реализовать. Кроме текстиля — диджитал-искусство. Многие художники работают в одном из этих двух направлений. Нас, наверное, и отличает от всех остальных галерей фокус на необычных художественных техниках. В 2017 году мы делали выставку «Сажа» в технике «копчения» — рисования огнем, мы работаем с ассамбляжем, с цифровой фотографией, два года подряд делали выставку номинантов и победителей конкурса цифрового искусства и мобильной фотографии.

Чего не хватает сообществу галеристов?

Четыре года назад была основана «Ассоциация галерей», в ней сейчас 32 галереи, включая нашу. Внутри сообщества ведется очень плодотворная работа — разработана документация для кодекса галериста: проработаны регламенты взаимодействия между галеристом и художником, коллекционером и художником. Мы хотим, чтобы работа велась цивилизованно и прозрачно, работаем над ценообразованием, чтобы у людей, которые приходят в галерею, не было вопросов, почему работы столько стоят. На Западе уже давно существуют правила формирования и индексации цен.

Не хватает профессиональных критиков, арт-менеджеров, да и самих галерей катастрофически мало — на Cosmoscow было около 90 галерей, это все равно не те цифры в своей индустрии для самой большой страны. В настоящее время отрасль перенасыщена консультантами, дилерами-однодневками и схемами быстрой прибыли. Однако важно помнить, что наша индустрия — это не спринт, а марафон.

АЛЕКСАНДР ПЕРЕПЕЛКИН
В РЕДАКЦИИ THE BLUEPRINT.
ПРОДЮСЕР СЪЕМКИ
ИРИНА ГЕРАСИМОВА.
ФОТОГРАФ АЛЕКСЕЙ
ДУПЛЯКОВ.



Александр Перепелкин

Редакционный директор The Blueprint — о том, как за десять лет изменились люкс, медиа и мода.

Что такое The Blueprint?

Это и просто, и суперсложно одновременно. Наша концепция — «независимое издание о моде, красоте и современной культуре». Но к юбилею мы подошли с пониманием, что мы гораздо больше, чем медиа, — мы такая «синяя вселенная», которую можно почитать, примерить, попробовать на вкус, с которой можно съездить в Reading Camp в Переделкино. Мы объединяем людей, которым интересен современный контекст. Для нас важно не быть москвacentричными, а рассказывать о том, что происходит в других городах России. А с другой стороны — принципиально не терять связь с глобальным миром.

Вы создавались как нишевое издание?

У нас был запал попробовать новые технологии, а не создать медиа. Международные клиенты нашего агентства Lunar Hare все больше стали ориентироваться на digital-проекты. А в России глянец в основном перепечатывал материалы журналов на сайт. И мы тогда решили, что не надо никого критиковать и попробовать самим делать digital-контент по стандартам качества глянца. Просто поменять носитель.

Вы digital-глянец?

Мы — smart media. Для меня важны три составляющие: качество текста, картинка и, собственно, подача, верстка. Но, помимо моды, красоты, на сайте есть большой трек — общество. Фешн-показ, любой самый крутой продакшн не может конкурировать с экстренной повесткой. В критических для общества ситуациях мы разворачиваем вещание, стараемся быть полезными для наших читателей.

Существует ли гляцевая журналистика?

Хороший журналист не будет переписывать пресс-релиз, а проанализирует материал, сопоставит факты, возьмет комментарии профессионалов. Мы не репортеры из горячих точек, но это совершенно точно не журналистика второго порядка. Статистика сай-

та показывает, что читатели готовы к погружению в тему, а не только в «лучшие юбки сезона».

Как за эти десять лет изменились медиа в России?

В мире за последние 20 лет все постоянно менялось. iPhone полностью изменил потребление контента. Появились соцсети, которые, в свою очередь, повлияли на работу сайтов. Сейчас Telegram дает пост достаточного информационного объема. И сегодня достать человека из соцсети и привести его на сайт — колоссальная задача. Мы стараемся мыслить мультиформатно — одна тема должна быть по-разному раскрыта на разных платформах: лонгрид на сайте, карточки с цитатами для соцсетей, видеоформат для VK. За последние три года стало гораздо сложнее получать информацию. Мы шутим, что ловим радио «Свобода» (внесена в России в реестр иностранных агентов) с номинаций «Оскар». Но и с этим мы научились управляться.

Что изменилось с уходом международных изданий?

Раньше, идя утром по Столешникову, я встречал половину людей из международных fashion-брендов, из Condé Nast и сразу мог решить все рабочие вопросы. Поэтому я скучаю, а по всему остальному — это не мой выбор, и я предпочитаю смотреть в будущее. Мы потеряли часть связей с глобальным рынком, но стараемся не упускать то, что осталось. Для нас принципиально продолжать писать о международной моде. Да, мы следим за выпускниками ВШЭ или «Британки», за российскими дизайнерами с их первых показов. Но для нас важно вписать их в глобальную систему моды. Другая проблема в том, что российская мода долгое время никому не была нужна и здесь. Ретейлеры не интересовались локальными дизайнерами с коммерческой точки зрения. В результате 90 % продаж российских дизайнеров приходилось на Запад. Теперь и дизайнерам, и ретейлерам приходится заново выстраивать систему поставок и продаж. С коммерческой модой ситуация лучше. Но это не значит, что изоляция привела к расцвету. Российские бренды заложили основы для роста гораздо раньше. Безусловно, у них появились возможности для расширения своего присутствия, в том числе из-за свободных торговых площадей, например. Но также появились проблемы с доставками тканей, фурнитуры, импортом. То же касается, например, туризма — Россию для себя мы начали открывать задолго до ковида. И тогда начали формироваться маршруты, закладывалась инфраструктура.

А уход международных брендов?

Конечно, я привык, что «праздник к нам приходит» с Coca-Cola, Новый год наступает с пряничным латте в Starbucks. Но без этого можно прожить. Для меня люксовый бренд в первую очередь — визуальная коммуникация, культурный код, проекты, которые делаются на высочайшем уровне. Вот чего по-настоящему не хватает.

Тактильное дерево



ВЕРА ОДЫНЬ

Clip Chair впервые показали на blazar 2024. Структура напоминает развернутую скрепку, а зеркальная поверхность усиливает эффект пластичности. Минималистичный предмет мимикрирует под окружающую обстановку, декларируя свою нейтральность.

ОЛЬГА ТРЕЙВАС

создала журнальный стол 23° - 46° SAO PAULO для бренда ARCHIPÉLAGO. Дизайн вдохновлен модернистской архитектурой Бразилии. Предмет выпущен ограниченным тиражом и был представлен в пространстве A-House на ярмарке Cosmoscow.



KOSMOS ARCHITECTS

Бюро дебютировало на Миланской неделе дизайна в 2024 году с многофункциональным предметом мебели Dice (англ. «игральные кости»). Он может использоваться как столик, табурет или светильник. Лампа в одной из пяти ножек снимается для подзарядки.

ФОРМА МАТЕРИИ

Российские архитекторы и дизайнеры выбирают природные материалы для коллекционных объектов.

Жидкий металл



SYNDICATE ARCHITECTS

PIXEL Chair из нержавеющей полированной стали напоминает абстрактную скульптуру, где каждая часть словно перетекает в другую, отражаясь и изменяясь до бесконечности. Предмет представлен ограниченным тиражом в онлайн-галерее SAMPLE.



55'45 STUDIO — команда интерьерных дизайнеров Леся Гришина и Андрей Скобинов создали банкетку BO1 из нержавеющей стали. Коллекция Nema выполнена вручную для галереи Volokno и доступна в ограниченном тираже восемь экземпляров.



СЕРГЕЙ ХРАБРОВСКИЙ

Heritage gallery представила на своем стенде комод Portici архитектора и интерьерного дизайнера Сергея Храбровского в рамках ярмарки Cosmocosm. Дизайн вдохновлен путешествием автора в Болонью — «город тысячи арок».



КСЕНИЯ БРЕЙВО

Скульптурный и монументальный объект Solome выполнен вручную из сербристого травертина. Пробразом для скамьи послужили аскетичные сиденья часовен. Тираж — 24 экземпляра. Предмет интерьера представлен в Booroom Gallery.

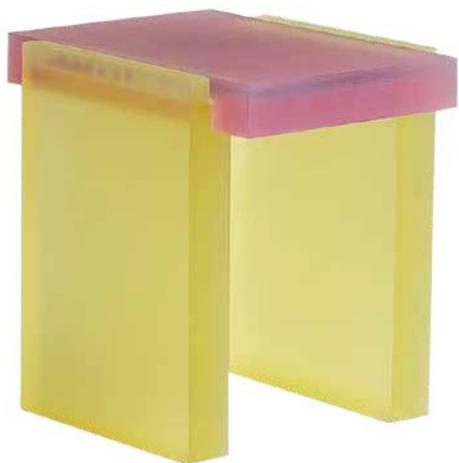
Энергия камня



ТЕКСТ АННА УКОЛОВА. ФОТО ДИАНА ВЕШКУРЦЕВА, EDUARDO A. CESILIO, ЕКАТЕРИНА ТИТЕНКО. ПРЕДОСТАВЛЕНЫ АВТОРАМИ ПРОЕКТОВ

DA BUREAU И ПАЛАТЫ

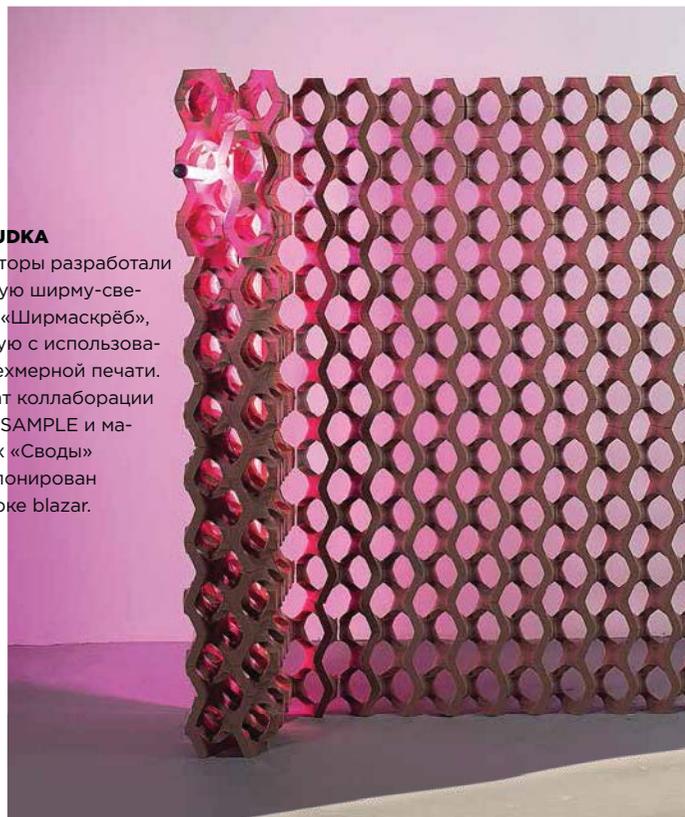
Стол da product — галерея локального дизайна и функционального искусства ПАЛАТЫ представила продолжение своей коллаборации с архитекторами из DA bureau на международной ярмарке современного искусства Cosmocosm.

**SAGA**

Цветной прототип табурета Sit из матового стекла был представлен на ярмарке blazar. Создан собственноручно архитектором Викторией Денисовой в ходе совместного проекта SAMPLE и мастерских «Своды» Дома культуры «ГЭС-2».

MEGABUDKA

Архитекторы разработали модульную ширму-светильник «Ширмаскрёб», созданную с использованием трехмерной печати. Результат коллаборации галереи SAMPLE и мастерских «Своды» был экспонирован на ярмарке blazar.



Хрустальная тишина

**АЛЕКСЕЙ ДРОЖДИН**

создал скамью из дуба и хрусталя из коллекции Kyoto для стенда 3L Gallery на Cosmoscow 2024. Сопоставление грубой деревянной основы и изящной стеклянной поверхности ручной работы — узнаваемый стиль художника и дизайнера.

LAVDANSKY STUDIO

показали объекты из последней коллекции Mosaic на стенде 3L Gallery на Cosmoscow. Покрытые крупной мозаикой предметы по-новому транслируют эстетику старинных храмовых ремесел.

ЕЛЕНА ХРЯЩЕВА

презентовала новое кресло Bubble на стенде галереи Tirage 1/1 в рамках ярмарки Cosmoscow 2024. Эргономичное, компактное, с удобным углом наклона спинки — оно напоминает облако.



Мягкий подход