

САЛОН

СЕНТЯБРЬ 2011

ВСЕ ЛУЧШЕЕ В ДИЗАЙНЕ



ИНТЕЛЛЕКТ

Умный дизайн

В МЕЙНСТРИМЕ Дом мыслителя

РЕПОРТАЖ Вундеркинды в Милане

МНЕНИЯ Интеллектуалы об интеллекте

+СПЕЦВЫПУСК
КУХНИ

29 ГРН
РЕКОМЕНДОВАННАЯ
ЦЕНА





102

Neuland Industriedesign: первооткрыватели

Что надо делать, чтобы быть созвучными времени? Быть на шаг впереди и самим формировать предметную среду, делая ставку на концепцию и стратегию развития, заново открывая функцию и эстетику. Таков рецепт немецкой студии Neuland Industriedesign.

Ева Пастер и Михаэль Гельдмахер (Eva Paster, Michael Geldmacher) познакомились во время учебы в Мюнхенском университете прикладных наук и в 1997 году открыли в столице Баварии свою студию Neuland Industriedesign (www.neuland-id.de). Их кредо – предметы как отражение жизни. Следя за постоянной сменой ценностей, они ищут новые определения и формулировки, соответствующие времени, вновь изобретая функцию и находя ей новое эстетическое выражение. Отсюда и название студии: Neuland – «Новая земля».

На протяжении первых восьми лет работы, с 1997 по 2005 год, Ева и Михаэль, которые сегодня помимо разработки дизайн-проектов читают лекции студентам, посвятили себя классическому промышленному дизайну. Они работали в сфере медицинского оборудования, игр, косметиче-

ской и outdoor-продукции. Второй период их совместной деятельности, начавшийся в 2005 году и продолжающийся поныне, связан с мебельным дизайном для таких компаний, как Interluebke, MDF Italia, Nils Holger Moormann, Kristalia, b-line и Piure. Их работа на этом поприще заслужила признание: в 2006 году Neuland стали обладателями Elle Deco Design Award, а в 2007-м были номинированы на Compasso D'Oro. В списке престижных наград дизайнерского дуэта также Chicago Good Design Award, IF Product Design Award, номинация на Design Award of the Federal Republic of Germany, Wallpaper Design Award'2011.

Наше знакомство с Евой и Михаэлем состоялось в Милане в апреле этого года во время проведения Salone del Mobile, в рамках которого состоялась презентация нескольких новых проектов Neuland.



30+
для Magazin, 2007



Abra
для b-line,
2011

40+
для Magazin,
2009



Как возникла идея создания кресла Elephant?

Сначала мы получили бриф от Kristalia – создать кресло. Как всегда, первоначальными этапами работы над проектом стали поиск идеи и проведение различных исследований. Затем мы пришли к мысли, что хотим создать очень изящное кресло с устойчивым и крепким каркасом, который мы не будем прятать под обивкой, а, напротив, акцентируем на нем внимание. Мы хотели, чтобы каркас был виден через обивку кресла, и в какой-то момент возникла ассоциация со спиной слона, на которой проступает позвоночник – так наше кресло получило название Elephant. Этот образ особенно отчетлив в варианте с кожаной спинкой-сиденьем. Впервые мы представили эту модель в прошлом году, в этом у кресла вместо металлических ножек появились деревянные, из березы.

Это не единственный ваш проект, представленный в этом году на Salone del Mobile?

Мы спроектировали также набор кофейных столиков разного размера Abra для b-line и расширили коллекцию Random Cabinet для MDF Italia.

Какие отличительные черты вашего подхода к работе?

Мы начинаем с идеи, и это необязательно конкретный образ или задача. Это может быть какая-то эмоция или философское умозаключение – что-то, что не связано напрямую с миром дизайна. Мы стараемся быть как можно более концептуальными в своей работе. О функциональности не надо говорить лишний раз, она подразумевается как базовый аспект дизайна. Характеризуя свои работы, мы бы не делали акцент на их функциональности в традиционном, модернистском понимании. Са-

мое важное в нашем дизайне – эмоциональность. Мы хотим, чтобы зритель, пользователь мог разглядеть за функцией заложенную нами идею. Мы не знаем, всегда ли это происходит, но стремимся именно к такому результату.

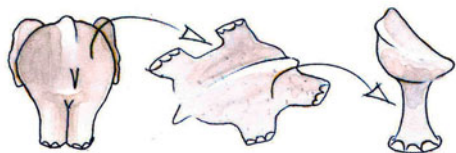
Вы работаете с производителями из разных стран. Как бы вы охарактеризовали их особенности?

У нас есть опыт работы с немецкими и итальянскими компаниями, и мы можем сравнить только эти две страны. В Германии, к сожалению, нет дизайнерских мебельных брендов, идущих в ногу со временем. Грустно, но это так. Только две немецкие компании близки нам по духу: Interluebke и Nils Holger Moormann – с ними мы и сотрудничаем. В Италии нам работать гораздо легче, потому что здесь наши идеи находят живой отклик. В Германии все завязано на технологиях, маркетинге, к каждой проблеме подходят очень серьезно. В Италии же решение может быть принято в один момент: щелчок пальцами – и работа закипела. Нам очень нравится эта легкость и спонтанность. Если у вас хороший проект, вы наверняка сможете зажечь своей идеей итальянскую компанию.

Играет ли сегодня какую-то роль в дизайне национальность?

Нет, национальность не важна. Конечно, традиции вашей страны, ее история не могут не влиять на вас как на дизайнера, но это влияние не столь очевидно в самих работах. Национальную принадлежность некоторых дизайнеров легко распознать, но это на сегодняшний день не правило, а исключение. Например, легко узнаваемы выпускники Эйндховенской академии дизайна. То, что они делают, относится к нидерландскому дизайну, но состав студентов интернационален и каждый из них привносит что-то свое. На этом примере можно увидеть, что сегодня школа оказывает большее влияние, чем национальность. С другой стороны, пройдя по экспозиции Salone del Mobile, глядя на все эти бесчисленные стулья, кресла, столы и так далее, едва ли можно с точностью определить, из какой страны создавший их дизайнер. Есть мейнстрим, и он правит бал во всех странах.

Очень важно работать руками, делать эскизы, создавать прототипы, проверяя и дорабатывая идеи в трехмерной модели.



Эскиз кресла Elephant для Kristalia, 2010



Elephant для Kristalia, 2010

Нам иногда доводится судить различные конкурсы, и по представленному проекту мы всегда можем определить, из какого вуза вышел тот или иной дизайнер. То есть, еще раз повторимся, сегодня большее влияние на дизайнера оказывает его альма-матер, а не страна, в которой он родился и вырос.

Где вы сами учились?

В Мюнхене, там мы и познакомились и начали вместе работать.

104 Какие черты мюнхенской школы можно найти в ваших работах?

Наверное, никакие, потому что как таковой мюнхенской школы в мебельном дизайне не существует. Мюнхен – город автомобильной промышленности, именно ей он обязан своей славой в индустриальном дизайне, но мюнхенских предметных дизайнеров, которые бы работали на международном уровне, сложно назвать.

А как же Константин Греч?

Его студия находится в Мюнхене, но его едва ли можно назвать представителем мюнхенской школы. Вообще, это очень интересный феномен, что Мюнхен, обладая яркой идентичностью, не известен в мире дизайна. Это очень комфортный город, с высоким уровнем жизни. Возможно, именно последнее и не дает там расцвести дизайну в полной мере: стандарты и требования настолько высоки, что это ограничивает массовую креативность.

У вас есть преподавательский опыт. Чему вы стремитесь научить своих студентов в первую очередь?

Надо отметить, что мы преподаем не в чисто дизайнерском вузе, а в инженерно-технологическом. Наши студенты учатся разрабатывать упаковку для различной продукции. Мы стараемся сосредоточить их не на желании сделать что-то новое ради нового, а на изучении целевой аудитории, для которой они будут создавать свою продукцию. Им придется перестраиваться в зависимости от компании-заказчика и придумывать концепцию, исходя из потребностей определенной целевой аудитории. Это концептуальный подход, который мы сами используем в работе, и



Elephant Wood для Kristalia, 2011



Tip для b-line, 2010



K1 для Nils Holger Moormann, 2010



Reef для Interluecke, 2010



Kengo для Interluecke, 2001



Insert Coin для Nils Holger Moormann, 2006

ему мы пытаемся обучить своих студентов. Молодым людям это иногда сложно сразу понять, но наличие стратегии всегда очень помогает в работе.

Для вас как для дизайнеров важно знать свою целевую аудиторию?

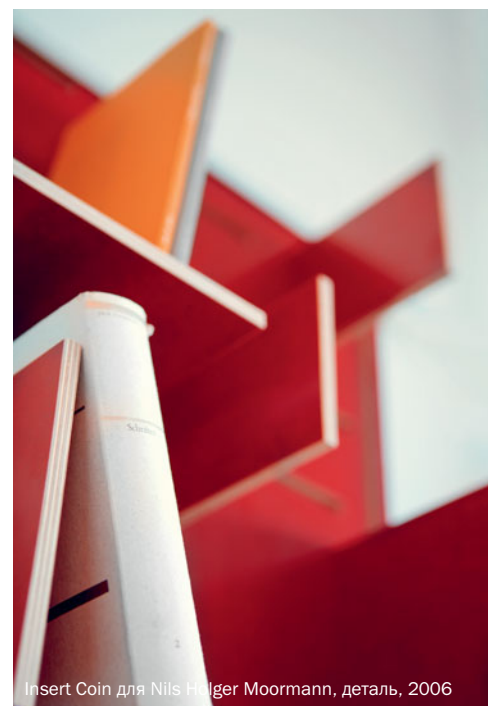
Да, безусловно. У нас есть идея, концепция, но нам необходимо знать, на какого покупателя ориентируется компания-производитель.

В конце концов, компания хочет не просто создать красивый предмет, а продавать его, зарабатывать деньги. Наша задача — не только спроектировать объект, но и выразить с его помощью философию компании. Есть много дизайнеров-художников, которых не интересует коммерческая сторона.

Мы тоже иногда создаем такие проекты, но большая часть нашей работы связана с интересами компаний и их целевых аудиторий — покупателей. Это, как нам кажется, гораздо более сложная задача, чем делать то, что хочешь сам, и соответствовать только собственным требованиям.

О каком независимом проекте вы мечтаете?

В своей студии мы работаем над множеством проектов, которые так и не находят своего производителя, потому что у них нет коммерческого потенциала. Мы делаем их для себя, и довольно часто. Наверное, 90 % наших идей не доходят до массового производства. Уже на стадии возникновения идеи мы понимаем, что большого будущего у нее нет, но продолжаем ее разрабатывать. Это необходимо для поддержания творческого тонуса и исследовательского интереса. Очень важно работать руками, делать эскизы, создавать прототипы, проверяя и дорабатывая идеи в трехмерной модели. Сегодня многие работают исключительно с компьютерами, и то, что создается таким образом, как правило, неудобно в использовании, не продумано в деталях. Дизайн, не прошедший стадию прототипирования, так и не оживает. Опытный глаз легко отличит на выставке предмет, созданный компьютером, от предмета живого, ручного дизайна.



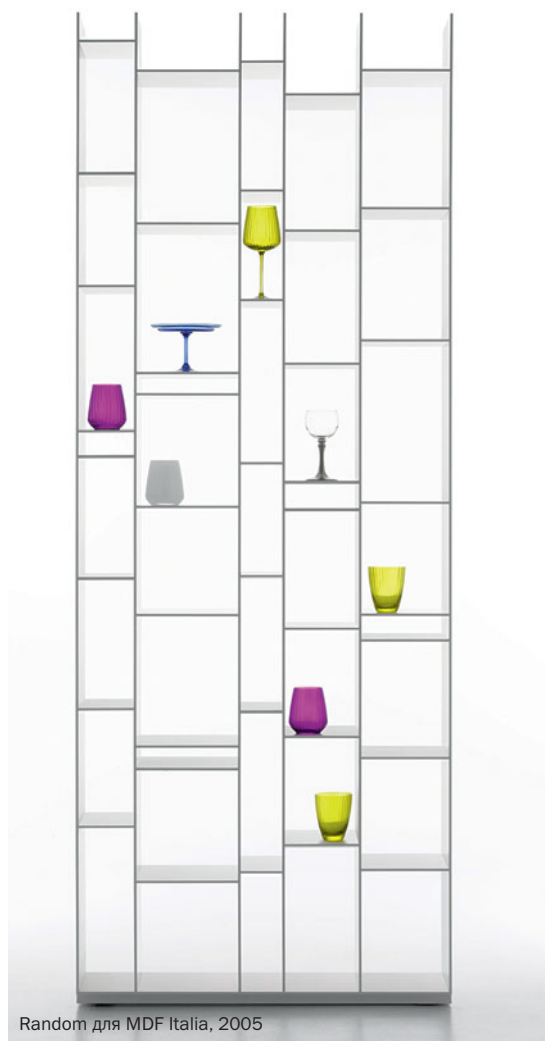
Insert Coin для Nils Holger Moormann, деталь, 2006



Random Box для MDF Italia, 2011

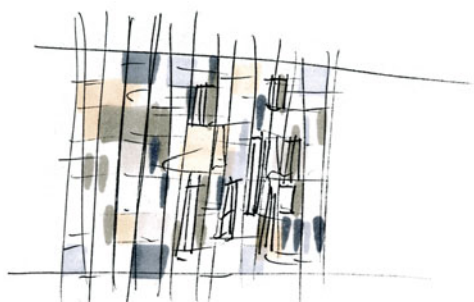


Randomito для MDF Italia, 2011



Random для MDF Italia, 2005

Самое важное в нашем дизайне – эмоциональность. Мы хотим, чтобы зритель, пользователь мог разглядеть за функцией заложенную нами идею.



Random для MDF Italia, эскиз, 2005

Вы приобрели международную известность благодаря проекту Random – книжным полкам для MDF Italia. Что послужило отправной точкой для появления этой идеи?

Мы обратили внимание, что все книжные полки похожи друг на друга как близнецы: книги выставлены рядами, монотонно, не отражая того многообразия знаний, которое скрывается за их обложками.захотелось найти новый подход к хранению и экспонированию книг в домашних условиях – более индивидуальный. Так мы пришли к делению стеллажей на ячейки разных форматов. Наша идея не была принята сразу. В то время, когда мы впервые ее презентовали потенциальному производителю, она была слишком новаторской. Даже MDF Italia, заключив с нами контракт, только спустя два года реши-



Random для MDF Italia, деталь, 2005



Abra для b-line, 2011



Insert Coin
для Nils Holger Moormann, 2006

лась запустить Random в производство. Компания не была уверена в успехе. Сегодня, по прошествии шести лет после начала выпуска модели, стеллажи пользуются огромной популярностью. Об этом говорит и количество всевозможных копий и модификаций, которые появились вслед за Random. Пройдите сегодня по стендам Salone del Mobile, и вы увидите много похожих стеллажей.

Что вы чувствуете, когда видите копию своей работы?

Мы относимся к копированию как к чему-то нормальному и неизбежному. Копии все равно остаются копиями и не могут сравниться с оригиналом. Можно скопировать идею, но вы никогда не сделаете точно такую же, на 100 %, модель. Мы не хотим заикливаться и останавливаться на достигнутом. Так или иначе, Salone del Mobile – это бесконечная череда инноваций, копий и снова инноваций, копий... Это часть общей истории, но каждый сам выбирает, в какой команде играть. **C**

Copia



Originale

