

Каб прабіцца — рабіць за 2,5 еўра або задарма

На беларускім рынку выраз "дызайнерскія свяцільні" асацыюецца сёння з замежнымі брэндамі, а зусім не з айчыннымі аўтарамі. Апошнім наўрад ці калі накіравана канкурыраваць з масавай прадукцыяй "Ikea", але ж асобнай паліцы ў краме іх вырабы ўсё ж заслугоўваюць.

Ілья СВІРЫН

Праект "Ліхтарт", што прайшоў у галерэі "Універсітэт культуры", быў прысвечаны эстэтызацыі крыніцы святла — не метафізічнага, а электрычнага. Як і іншыя падобныя ініцыятывы Беларускага саюза дызайнераў, выстаўка ставіла перад сабой не столькі прагматычную, колькі чыста творчую мэту. Практыкуючы "прадметнікі", прызвычаныя самавыяўляцца пад пільным наглядом заказчыка, атрымалі магчымасці для крэатыву. І, натуральна, накрэацівілі. Залы галерэі нагадвалі нейкую дзівосную краму старыз-

Чаму мы "мерцвякі" для сусветнага дызайну?

ніка. Асабліваю ўвагу прыцягвалі шматлікія паржаўленыя канструкцыі ў духу папулярнага цяпер стымпанка або рэтра-футурызму (падобна, ён усур'ёз прыйшоў на змену стылістыцы хай-тэк і "хай-так"). Ва ўсялякім выпадку, музейны раздзелчык экспазіцыі, дзе прадстаўлены даўнія ўзоры дызайну, амаль зліваўся з уласна аўтарскай часткай.

Многія з выстаўленых у рамках праекта свяцільніў зусім не прызначаліся для чыхіхсыці кватэр, офісаў або нават кавярняў. Гэта як авангардная мода: патлядзец цікава, але на штодзень наўрад ці хто будзе насіць. Аднак некаторыя "ліхтарты", падаецца, могуць паспяхова існаваць не толькі ў галерэйнай прасторы, але і ў інтэр'еры. Да таго ж, менавіта эксперыментальныя арт-праекты часцяком становяцца ўрадлівай глебай для серыйнай вытворчасці — няхай сабе і ў адаптаваным выглядзе.

Уласна, гэтай тэме быў прысвечаны "круглы стол" "Дызайн на каленцы", што адбыўся ў рамках праекта з мадэраваннем

архітэктара, дызайнера Аляксандры Баярынай. Як адзначыў старшыня Саюза дызайнераў Дзмітрый Сурскі, арганізатары выстаўкі імкнуліся звярнуць увагу вытворцаў на патэнцыял айчынай дызайнерскай супольнасці. І гэта важна хача б таму, што сёння такой увагі відавочна бракуе.

— Наколькі мне вядома, у нас ужо ёсць спробы нешта рабіць, прычым даволі паспяхова, — адзначыў Дзмітрый Сурскі. — Аднак пакуль усё залежыць толькі ад высілкаў саміх дызайнераў. Спадзяюся, гэтая гутарка дапаможа ім знайсці шляхі працоўвання сваіх ідэй на рынак...

Пыласос і баначкі для смятаны

Як ні дзіўна, залаты час беларускага "ліхт-бізнесу" прыпаў на складаны перыяд "змены эпох". Некаторыя дызайнеры зрабіліся кааператарамі (мабыць, не ад добрага жыцця) ды ўласнаручна наладжвалі напauсаматужную вытворчасць аўтарскіх свяціль-

няў, балазе рынак тады быў гатовы з'есці ледзь не ўсё. Першыя ж спробы развясці ўсе сумневы накіраваны на складанасці вырабу такіх прадметаў інтэр'ера. Нават ва ўмовах каматознага стану прамысловасці гэта было цалкам рэальна і не надта затратна. Часам у справу ішлі адыходы вытворчасці, пра што наўрад ці здагадаліся ўдзячныя спажыўцы.

— Мы з хлопцамі (двума іншымі дызайнерамі) распрацавалі свае светачы з традыцыйнай керамічнай вазай, абажур быў з полістэрала, — распавядае Віктар Астахновіч. — Полістэрал — добры і танны матэрыял, мы знайшлі яго на барысаўскім камбінаце, дзе робяцца баначкі для смятаны. Прычым найвышэйшы яго гатунак ішоў менавіта на баначкі, а нам перападала тое, што заставалася. Зрабілі з пыласосу фармовачную машыну і штампавалі па сто абажураў у дзень... Карацей кажучы, выйшлі на тыраж. Мелі нават свой мадэльны шэраг, прадавалі прад-

укцыю і ў нас, і ў Маскву ды Піцер з праваднікамі адпраўлялі... Куплялі няблага...

Аднак кааператывы адышлі ў мінулае, як і іншыя атрыбуты эканомікі "пераходнага перыяду", а на больш сур'ёзны ўзровень беларускія дызайнеры так і не выйшлі. Паліцы крамаў пустымі не застаўся: іх хутка запоўніла штампоўка "мэйд ін..." самі ведаеце, дзе.

Дапамога бізнес-анёла

Натуральна, мадэль кааператыву састарэла і чыста маральна. У цяперашні век складаных тэхналогій і вузкіх спецыялістаў самастойна асвоіць увесь вытворчы цыкл для дызайнера даволі складана. Тым больш, не ягонае гэта справа — уласнаручна ўвасабляць свае ідэі. І паколькі айчыныя вытворцы не праяўляюць асаблівага інтарэсу, дызайнеры шукаюць кантакту з замежнымі...

Што ж прапануюць беларускія дызайнеры для ўласнага прасоўвання на рынак? **Чытайце на старонках 2 — 3.**

(Заканчэнне. Пачатак на старонцы 1.)

"Круглы стол"

— Цягам апошніх чатырох гадоў я супрацоўнічаю з кітайскімі прадпрыемствамі, — распавёў Максім Шняк. — Прадаю ім свае ідэі. На жаль, здараецца так, што рынак перапрацоўвае іх да непазнавальнасці, і аўтар ніяк не здатны ўплываць на гэты працэс. Думаю, гэта адна з асноўных праблем, з якімі часта сутыкаецца дызайнер...

Максім Шняк спрабуе рэалізаваць свае задумы і на Беларусі — няхай сабе і невялікімі тыражамі, — але вытворчыя цяжкасці надта ж даюцца ў знак. Падобныя праблемы мае і ягоны калега Кірыл Басаў. Ён ужо выпусціў тыраж уласнай свяцільні лікам... ажно ў восем штук. Справа мела поспех, усе яны разышліся. Але ці ўдасца нарасціць аб'ёмы, ён пакуль не ведае: шмат розных складаных тэхналагічных дробязей...

Па словах вядомага дызайнера Васіля Андрэева, аўтарскі прадукт апырыўся не здатны канкураваць з серыйнай вытворчасцю ўсім вядомых брэндаў. Асноўны прынцып, якім яны кіруюцца, — максімальная аптымізацыя затрат праз адмову ад тых "лішніх" дэталей ды матэрыялаў, што і з'яўляюцца аўтарскай фішкай.

— Калі шведскі дызайнер можа лічыць сябе крутым, робячы прыстойны прадукт па цане пяць еўра, беларускаму дызайнеру, каб стаць крутым, трэба зрабіць тое ж самае за два з паловай, — дадаў Васіль Андрэев. — Пакуль што мы "мерцвякі" для сусветнага дызайну, ніхто пра нас асабліва не ведае. І таму важна заяўляць пра сябе на вялікіх міжнародных форумах, як гэта ўжо актыўна робіць, скажам, Польшча...

Удзел у "круглым stole" ўзяў і бізнес-анёл Андрэй Гусараў. "Бізнес-анёл" — гэта не дзіўны эпітэт, а род

Каб прабіцца — рабіць за 2,5 еўра або задарма

Чаму мы "мерцвякі" для сусветнага дызайну?



Фота аб'ектаў з выставкі зрабіні Сяргей Ждановіч і Таццяна Гладкая.

дзейнасці: інвестар, які ўкладае грошы ў смелыя інавацыйныя праекты, кіруючыся перадусім прагматычнымі мэтамі. Менавіта таму прамоўца не спяшаўся нікога "акрыляць" канкрэтнымі аб'яцаннямі. Але пры гэтым адзначаў, што бачыць перспектыву ў наладжванні вытворчасці эксклюзіўных дызайнерскіх светлаў, разлічаных на элітны сегмент рынку. А запэўніванне ў тым, што добрая ідэя можа каштаваць шалёныя грошы, без сумневу, абнадзеіла ўсіх прысутных.

Электрычны мозг

Малады дызайнер Ігар Салаўёў не так даўно "прачнуўся знакамітым". Для гэтага спатрэбілася ўсяго толькі даслаць на адзін буйны міжнародны інтэрнэт-партал свой крэатыў — свяцільні ў выглядзе мозга. Выява ўсім спадабалася, і яе ахвотна растыражавалі дзясяткі рэсурсаў з розных краін.

— Я адразу атрымаў процьму лістоў ад ахвотнікаў купіць такую лямпу, бо многія не разумелі, што гэта ўсяго толькі рэндэр, — дадаў аўтар.

З таго часу прамінула ўжо два гады, а канцэпт пакуль так і не ўвасобіўся ў канкрэтны прадукт. Праблема ўсё тая ж: тэхналагічна складаная вытворчасць. Хіба адна французская фірма набыла правы на выкарыстанне самой "карцінкі".

Па словах Дзмітрыя Сурскага, задума з электрычным мозгам мае самыя розныя спосабы рэалізацыі — у тым ліку, і ў выглядзе светлай скульптуры:

— Як я бачыў развіццё гэтай ідэі... Думаю, рабіць звычайную энергаберагальную лямпачку — ад пачатку тупіковы шлях, бо калі яе ўключаеш, ніякіх звільнаў не ўбачыш — проста яркая пляма. Настольная ж свяцільня — больш прадуктыўная. Але ці не найлепшы варыянт — самавіты арт-

Фактаграфія

Дні беларускай культуры ў Францыі, як плануецца, пройдуць з мая па верасень і ўключаць у сябе каля 20 акцый у 26 гарадах еўрапейскай краіны.

Прыём заявак на ўдзел у снежаньскім Міжнародным конкурсе піяністаў "Мінск-2014" пачаўся. Паспаборнічаць запрашаюць асоб ад 16 да 30 гадоў.

Маладыя аўтары музыкі могуць прыняць удзел у Рэспубліканскім адкрытым конкурсе кампазітараў імя Юрыя Семянякі, які пройдзе з 24 красавіка па 30 мая ў Акадэміі музыкі.

22 чэрвеня ў Мемарыяльным комплексе "Брэсцкая крэпасць — герой" з'явіцца новы музей. У паўднёва-ўсходняй казарме ў 8 залах распавядуць пра гісторыю Цытадэлі.

"Шагал — Малевіч" — гэтая новая стужка Аляксандра Міты пра двух знакамітых мастакоў і перыяд іх жыцця ў Віцебску запланавана да прэм'еры ў 17 кінатэатрах Беларусі.

"Ноч у музеі" — такая акцыя дапоўніць традыцыйныя ўрачыстасці з нагоды Дня і Ночы музеяў да сёлетняга Чэмпіянату свету па хакеі. Да падзеі далучыцца не толькі Мінск.

Фотасюжэт нумара

10 стагоддзяў

мастацтва Беларусі пакажуць у Нацыянальным мастацкім музеі ў наступны чацвер. Пакуль жа прапануем пазнаёміцца з некалькімі каштоўнымі экспанатамі будучай экспазіцыі.



Царскія вароты (XVIII ст.); кніга Сімона Палацага "Жалозе праўлення" (1667 г.).



Абразок "Канстанцін і Алена" (XII ст.).

А.Бембель. "Адам Міцкевіч".



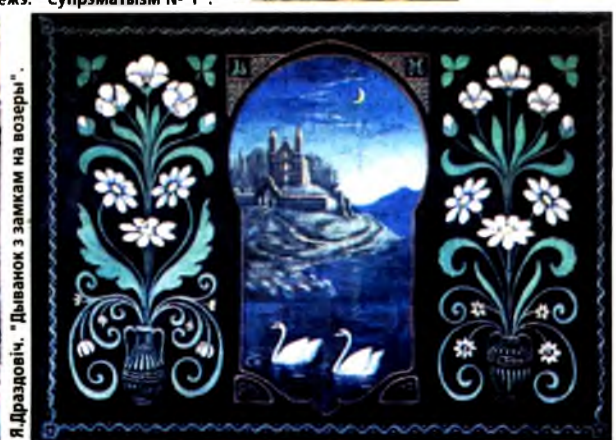
Н.Хадасевіч-Лежэ. "Супрэматызм № 1".



М.Селяшчук. "Дарога да дому".



Ю.Пэн. "Хатка з козачкай".



Я.Драждовіч. "Дыянак з замкам на возеры".

аб'ект на гарадской вуліцы, зроблены ў вялікіх памерах. Думаю, яму проста наканаваны лёс папулярнай адметнасці.

— Хацеў зрабіць розныя варыянты гэтай свяцільні: і для сталі, і для сцен, і ў розных колерах, але... грошы скончыліся, — дызайнер тут жа апусціў усіх на зямлю.

Чаму ж беларускія вытворцы не працягваюць ініцыятыву, каб асвоіць выпуск перспектывага, здавалася б, нішавага прадукта? У сваім выступленні на "круглым stole" выкладчык кафедры прамысловага дызайну БДАМ Алесь Фаменка раславеў пра свае спробы наладзіць з імі кантакт: каб найлепшыя ідэі студэнтаў не траплялі ў шуфляды.

— Я неаднаразова прапаноўваў іх дырэктарам розных прадпрыемстваў, — кажа ён. — Часам ідэі

Алесь Фаменка:

"Я неаднаразова прапаноўваў ідэі студэнтаў дырэктарам розных прадпрыемстваў. Але плёну пакуль нікага. Вытворцы звяртаюцца да нас па "халяўныя" праекты, каб пры нагодзе з іх дапамогай можна было зрабіць справаздачу "наверх": маўляў, варушымся, шукаем, без справы не сядзім... А вось укладаць сродкі ў асваенне новых вырабаў ніхто не хоча..."



Васіль Андрэў:

"Калі шведскі дызайнер можа лічыць сябе крутым, робячы прыстойны прадукт па цане пяць еўра, беларускаму дызайнеру, каб стаць крутым, трэба зрабіць тое ж самае за два з паловай. Пакуль што мы "мерцвякі" для сусветнага дызайну..."



Фота аб'ектаў з выставкі зрабілі Сяргей Ждановіч і Таціяна Гладкая

проста выдатныя: прыкладам, убудаваная ў асфальт паркоўчаная свяцільня, якая сігналізуе, што месца вольнае... Але плёну пакуль нікага. Вытворцы звяртаюцца да нас па "халяўныя" праекты, каб пры нагодзе з іх дапамогай можна было зрабіць справаздачу "наверх": маўляў, варушымся, шукаем, без справы не сядзім... А вось укладаць сродкі ў асваенне новых вырабаў ніхто не хоча. Таму работы студэнтаў так і не спазнаюць лагічнага завяршэння — укаранення ў вытворчасць...

Да таго ж, як адзначыў Алесь Фаменка, узнікае проціма юрыдычных нюансаў: "падвесці базу" пад камерцыйнае супрацоўніцтва паміж навучальнай установай і прадпрыемствам на сёння вельмі няпроста. Зазвычай усё абмяжоўваецца банальным "бартарам": студэнт праходзіць практыку на тым або іншым заводзе, а наўзамен пакідаюць напрацаваныя ідэі. Натуральна, задарма.



І ўсё ж дыскусія скончылася на аптымістычнай ноте. Дырэктар кампаніі — аднаго са спонсараў праекта — была настолькі ўражана яго творчым вынікам, што выказала гатоўнасць укладзіць ўласныя сілы і рэсурсы ў прасоўванне айчыннага "ліхарту". Балазе магчымасці для гэтага ёсць: фірма мае буйны салон свяцільняў, у якім дагэтуль была прадстаўлена толькі замежная прадукцыя. Аднаведна, некаторыя экспанаты выставкі не пасрэдна з галерэі выправяцца на паліцы крамы, у якой нават будзе створаны адмысловы раздзел. Гэта значыць, што арганізатары "Ліхарту" стараліся не дарма: апрача ўражанняў публікі, праект можа мець і нейкія куды больш адчувальныя наступствы.