**Столица как повод для дизайна**

Г.Сысоев, генеральный директор АДП «АРДИК»

В Москве, исторической столице России, как в капле воды, отразились все стороны русского характера. Прежде всего это сумбурность и противоречивость, в результате которых любое действие порождает массу непредсказуемых последствий. Эмоциональность и политизированность окончательно запутывают дело. Иными словами, чтобы что-то реально сделать, русскому человеку надо не только оказаться в нужное время в нужном месте, не только иметь талант, но еще и попасть в струю. С праздничным оформлением столицы происходит нечто аналогичное...

Москва полна интересными, талантливыми людьми, но это почти не отражается на ее оформлении. Здесь существуют свои, давно сложившиеся законы, и что-либо изменить в стандартном наборе: флаги, стяги, гирлянды - довольно трудно. За последние годы мир в отношении к празднику сильно продвинулся вперед, используя такие бестселлеры, как юмор и эротика, различные шоу, феерии, карнавалы. Наш человек тоже ожидает от праздника новизны, яркости, неожиданности, преображения привычного облика улиц и площадей. Однако многие в России, как и в прежние времена, видит его лишь официозным, политизированным, чопорным. Идеи оформления города, обкатанные со всех сторон до той степени бесспорности, при которой их эстетическая ценность приближается к нулю, сегодня являются обязательным атрибутом каждого столичного мероприятия - светского, церковного или политического. Все это отнюдь не стимулирует творчество и эксперимент, отторгая оригинально мыслящих специалистов.

В арсенале приемов и средств современного праздника отсутствует озорство, солоноватый юмор, шутка, хотя они как нельзя лучше соответствуют русской частушечной веселости. Между тем, русский характер без юмора и желания «опустить» обходиться не может. Если кругом побеждает официоз, то начинается период подпольных анекдотов. 20-е годы - как глоток свежего воздуха. Они принесли на улицы и площади столицы шутки, юмор, смех. В голодной молодой республике только так можно было сохранить веру в будущее. Глумление над чемберленами, пузатыми капиталистами соответствовало и политической конъюнктуре, и общему настроению. В этом процессе участвовало много остроумных, талантливых, но невостребованных людей из мира архитектуры, театра, дизайна, изобразительного искусства. Так появились уличные мистерии и ритуальные политические шествия, башня Татлина и разработки Лисицкого. Но уже тогда начал зарождаться официоз, который чуть позже всех развел по своим местам: актеров - на сцену, архитекторов - к кульману, художников - к холсту. А юмор, как всегда, ушел в подполье.

Подменив одиозный язык наглядной агитации развитого социализма неуклюжим макияжем недоразвитого капитализма, а скудость идей изобразительной пышностью, официоз в полном здравии дожил до наших дней. Искусство праздничного дизайна превратилось в ремесло, осваивающее нужные объемы в нужном месте и в нужное время. И вот, в период полного штиля, когда праздничное оформление города мало чем отличалось от работы жэков, новое правительство Москвы во главе с Ю.М.Лужковым решило привлечь в эту сферу новых людей, способных коренным образом изменить ситуацию. В канун 850-летия Москвы мы, никому не известная фирма «АРДИК», а точнее - небольшая группа единомышленников, сделав несколько по-настоящему хороших концепций для Северного, Центрального АО и зон особого городского значения, были заме чены и востребованы. Идеи этих концепций имели весьма солидный творческий ресурс и, как свежая струя из водопровода, готовы были затопить сознание не разбуженных до конца чиновников от оформления. Надо отдать должное руководству Управления по делам наружной рекламы и оформления города - Владиславу Котову, Галине Швец, Виктору Пасенко, которые эти идеи оценили и включили нас в общий процесс. Так мы попали в молотилку престольных праздников столицы. АРДИК делал все, чтобы быть лучшим. Для этого пришлось разработать процесс полного цикла - от идеи до реализации. А это довольно трудно, ведь дизайн-идея после утверждения руководством должна пройти стадии детальной конструктивной, проектной проработки и реализации, не потеряв своей первоначальной прелести. Из бурного потока «изрыгаемых» нами идей, многие из которых, к сожалению, не востребованы до сих пор, наиболее перспективной и интересной для города была установка в самых бойких местах сборно-разборных, незаглубляемых, крупномасштабных дизайнерских конструкций. Выгоды новой для столицы идеи стали очевидны после первых же проб:

в периоды между праздниками пространство улиц и площадей не захламляется ржавыми фундаментами и скелетами, поскольку каждый раз всё разбирают и увозят на базу до следующего мероприятия;

к новому празднику конструкцию можно модернизировать - по утвержденному эскизу это делают прямо на базе;

конструкцию легко смонтировать практически в любом месте города в соответствии со сценарием;

заказчику экономически выгодно то, что однажды изготовленная конструкция представляет собой долгоиграющий каркас со сменными насадками и реквизитом. К тому же это полностью отечественный продукт.

Работа с Управлением по делам наружной рекламы и оформления города превратилась в непрерывный цикл проектирования новых конструкций, их монтажа и демонтажа, переналадки на базах и установки в новом виде на новых местах к следующему празднику. Через пять лет мы обросли десятками базовых конструкций и сотнями единиц реквизита - двухметровыми Георгиями-Победоносцами, эмблемами, звездами, лавровыми венками и пр. В период монтажей и демонтажей жизнь фирмы превращалась в кошмар. Только мои коллеги знают, каких усилий и нервов стоило желание порадовать москвичей и гостей столицы какой-нибудь новинкой, появлявшейся за ночь в центре города. ГАИ, Мосгорсвет, экологическая полиция, очевидно, считали своей задачей не помогать, а осложнять наше существование. Зато самые добрые слова можно сказать в адрес постоянных партнеров АРДИКа по изготовлению и монтажу металлоконструкций - Николая Пятовского, Дмитрия Сафронова и Виталия Юрцева, с которыми мы провели многие ночи на столичных улицах, реализуя наши идеи.

Появление новой конструкции подобно рождению ребенка с той лишь разницей, что нового человека творит природа, а нам надо самим пройти все стадии от идеи до воплощения. Когда у нас накопился достаточный практический опыт, естественно, возросло желание сделать что-нибудь по-настоящему новое. Например, гигантскую городскую игрушку с использованием движения и звука, которая запомнилась бы на всю жизнь.

К юбилею А.С. Пушкина появился проект-идея: поэт, читающий свои стихи из некой стилизованной

поэтической кареты. Талантливо обыгранная молодым архитектором в виде компьютерной анимации, она, к моему удивлению, прошла все согласования. Срочно пришлось искать нужных специалистов - механиков, электронщиков, актеров, звукорежиссеров. Внутренность кареты напоминала чрево гигантского монстра с электроприводами, цепными передачами и «спагетти» из разноцветных проводов, идущих от компьютера к агрегатам. Благодаря всем этим хитростям у нее открывались и закрывались шторы, загорались фонари. Трехметровые колеса вращались под звуки, характерные для движения по мостовой. Губы поэта двигались синхронно звучащим текстам. Действом управлял компьютер по специальной программе, рассчитанной на суточный цикл. Чтобы все сделать вовремя, пришлось провести немало бессонных ночей. Конструкция заработала в последние минуты перед открытием праздника, и это была настоящая победа. У нас сохранились видеокадры, запечатлевшие удивление и радость на лицах людей, когда 12-метровое творение архитекторов, строителей, механиков, электронщиков, звукорежиссеров и актера Адоскина вдруг ожило. Кстати, ревнивые пушкинисты не обвинили нас в глумлении над поэтом, что было лучше любой похвалы По просьбе заказчика, конструкция простояла на Пушкинской площади еще полтора года. В общем, когда под Новый год нам заказали говорящего и стучащего посохом Деда Мороза, мы не очень удивились. К тому же «джентльменский набор» специалистов, необходимых нам для решения этой технической задачи, был уже сформирован. Идея городской игрушки не отвлекла от главного стержня нашей профессиональной деятельности - крупномасштабного дизайна в городской среде. Чтобы не терять лицо, мы постоянно работали и в этом направлении. Так появились конструкции нового поколения высотой 25-30 метров, предельной для подъемных механизмов, имеющихся в Москве. Первенец - елка на Лубянке - была разработана к встрече третьего тысячелетия, т.е. в 1999 году. Однако проект пролежал незаконченным два года и был востребован только в 2002-м. По распоряжению мэра, елка была изготовлена и установлена всего за десять суток, что потребовало от архитекторов, конструкторов, строителей, электромонтажников неимоверного напряжения сил.

Как известно, хорошие идеи не гибнут. Совершенно закономерно, что производной от идеи елки стала конструкция для юношеских олимпийских игр. Мы рассматриваем ее как определенный итог нашей пятилетней работы на поприще дизайна праздничной городской среды. Сегодня возглавляемый мной коллектив - конструктор С.Кравченко, дизайнер Т.Ковалева, архитектор Т.Рубцова, арт-директор Э.Паращенко и др. - обладает уникальными знаниями и опытом в этой специфической области. Наши разработки могут оказать честь любому городу. Поэтому врученную нам в 2001 году Премию Москвы АРДИК принял с благодарностью, но без удивления. Мы полностью согласны с заместителем председателя Москомархитектуры И.Н.Воскресенским в том, что Москве вполне по силам занять уникальную нишу в ряду праздничных столиц мира. Если Рио-де-Жанейро - столица карнавалов, Париж - столица мод, Бангкок - столица трансвеститов, то наш город вполне мог бы стать зимней столицей Нового года. Но не только за счет своего географического положения, а благодаря новой режиссуре зимних праздников, уникальному дизайнерскому оформлению, использованию новейших технологий, воздействующих на все органы чувств. К идее зимней столицы я бы добавил идею православной столицы третьего Рима, как завещала нам Софья Палеолог. В подобной трактовке Златоглавая могла бы претендовать на зимнюю столицу православного Рождества. Люди стекались бы в Москву, чтобы вместе со всем православным миром порадоваться золотым куполам, зимним развлечениям, русской зиме и русской кухне.

Для реализации таких планов нужен банк совершенно новых идей, красивые дизайнерские решения, мобили, ледяные шоу... И, конечно, необходима серьезная городская программа, а также проведение конкурсов, может быть даже международных, поскольку наших собственных ресурсов явно недостаточно. В воздухе России роится множество прекрасных идей, но лишь малая толика воплощается в жизнь. Они берутся как бы ниоткуда и чаще всего уходят в никуда. Это как паровоз с очень низким КПД - угля сжигает много, а тянет слабо. В современном мире все большую ценность приобретают именно первичные идеи. На Западе их собирают по зернышкам, по крупицам. Мы же не умеем их ценить и не желаем искать, поскольку наивно полагаем, что все стоящие идеи там, у них, а у нас - только головная боль. Пока мы не научимся ценить перспективные идеи и должным образом их защищать, так и будем ходить по замкнутому кругу старых. А все наши грандиозные планы останутся только на бумаге.