

ОЛЕГ РЕЗНИКОВ

*«Уверенность
в себе –
нужное
качество
в мире
дизайна...»*

ИНТЕРВЬЮ: ПАВЕЛ ЖАВОРОНКОВ, СОФЬЯ РЕМЕЗ **ФОТО** ДЕНИС РОССИКОВ

А

АРХИТЕКТОР ОЛЕГ РЕЗНИКОВ ЗА 22 ГОДА РАБОТЫ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ РЕАЛИЗОВАЛ СОТНИ ПРОЕКТОВ. ОБ ЭВОЛЮЦИИ ИНТЕРЬЕРНОЙ МОДЫ И О ВЛИЯНИИ НА НЕЕ ЗАРУБЕЖНЫХ ТРЕНДОВ ОН РАССКАЗАЛ В ИНТЕРВЬЮ «Д&И».



школу, хотел заниматься живописью. Но потом за компанию с приятелем все же поступил в МАРХИ на факультет градостроительства. В 1988 году после окончания вуза поспешил съездить в США, поучиться в лос-анджелесском Southern California Institute of Architecture.

Д&И: Но работать там все же не остались?

О.Р.: В Штатах и вообще на Западе архитектурная отрасль – это очень престижный закрытый клуб, в который со стороны и уж тем более иностранцу сразу войти невозможно. Великая Заха Хадид, к примеру, уже тогда была известна на весь мир, но строить здания ей доверили лишь в последние годы. Как оказалось, в России, что сейчас, что тогда, возможности для молодых людей без связей значительно шире. Поэтому я вскоре

вернулся на родину. Москва периода поздней перестройки казалась невероятно перспективным местом работы. Хотя ничего не строилось, молодые архитекторы создавали кооперативы и проектировали небоскребы, многоуровневые развязки и идеологические концепции столичных улиц. Все верили, что вот уже скоро начнется бурное капиталистическое строительство. Началось, но не совсем то, чего все ждали: появились заказчики на частную архитектуру, а проекты небоскребов пришлось отложить лет на пятнадцать. Многие идеи того времени в итоге были воплощены позже, например проекты мастерской Владимира Юдинцева на Цветном бульваре или архитектурные концепции бюро «Остоженка».

Д&И: А с чего началась ваша практическая деятельность?

О.Р.: Мы с друзьями из МАРХИ тоже начали работать: проектировали какие-то воздушные замки, да еще и умудрялись на этом зарабатывать. Придумывали какой-нибудь фантастический небоскреб со всеми внутренними планировками, обходили с ним всех потенциальных заказчиков, в результате получали заказ на перестройку вестибюля ведомственного здания.

Мы занялись проектированием в регионах огромных поселков с собственной инфраструктурой для сотрудников крупных госкомпаний и ведомств. В большинстве случаев, к сожалению, вместо 300 домов, школ и больниц строилось десять особняков для руководства, после чего деньги заканчивались. Потом появились реальные проекты, я стал брать частные заказы на строительство и интерьерный дизайн жилья, и в 1992 году открыл свое архитектурное бюро.

Д&И: Получается, что оно было одним из первых в стране?

О.Р.: Не самым первым, но точно в первой волне. Примерно в это же время начали выходить первые интерьерные журналы, и уже в 1992–1993 годах я публиковал там свои интерьерные проекты.

Д&И: Помните свой первый частный заказ?

О.Р.: Конечно, мне тогда очень повезло. Меня познакомили с одним из топ-менеджеров лондонского отделения Моснарбанка. Через эту структуру Россия продавала на мировых рынках никель, нефть и алмазы на миллиарды долларов. У заказчика имелась валюта и хороший вкус, сформировавшийся за годы жизни в Лондоне. Он позвал меня делать интерьер своей московской квартиры, особо отметив, что «все должно быть не как в Лондоне, а в актуальном московском духе». Мы с ним ходили в гости к столичным законодателям

мод и светским львицам, и в итоге сложился образ, в котором было примерно поровну от дворянской усадьбы, профессорской квартиры и мастерской художника Бориса Мессерера. Заказчик остался очень доволен.

Д&И: По работам вашего бюро можно проследить всю эволюцию российской интерьерной моды:

«Интерьерный дизайн – это не совсем искусство – скорее декорации к жизненному спектаклю»

от смелых поисков 1990-х годов до спокойного консерватизма последнего времени.

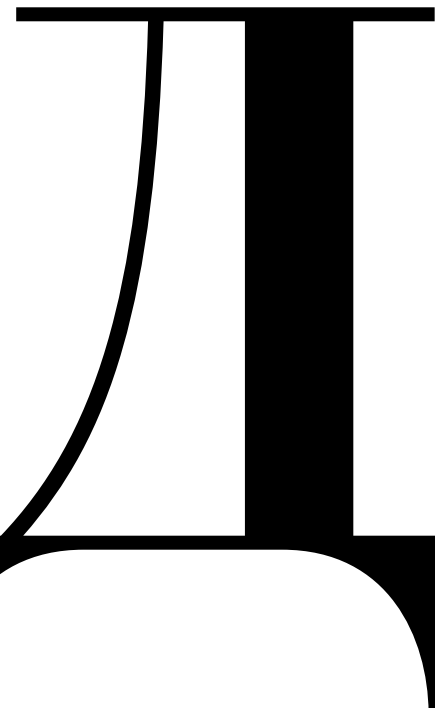
О.Р.: Мы постепенно отошли от экспериментов с комбинациями цветов и стилей. Сейчас такие решения выглядят избыточными и устаревшими. В интерьерном искусстве ведь нет ничего незбылого. Это даже не совсем искусство – скорее декорации к жизненному спектаклю. Меняется жизнь – меняются декорации. Я с интересом следил за работами одного ведущего московского бюро, которое до недавнего времени создавало невероятно интересные концептуальные интерьеры: ломаные линии, контрастные цвета, почти полное отсутствие мебели... Все это чрезвычайно любопытно, но их объекты через три-четыре месяца

после публикации в интерьерных журналах неизменно оказывались в базах данных риелторов. Для людей, которые заказывают и реализуют такие авангардные интерьеры – это своего рода художественный эксперимент, воплощение каких-то потаенных желаний, смелая финансовая инвестиция – все что угодно, только не дом, в котором они собираются жить. После того как результат продемонстрирован друзьям и знакомым, использован для решения имиджевых задач, он выставляется на продажу по цене,

множественно покрывающей все затраты. Это крайняя форма выражения идеи интерьерера как декорации.

Д&И: Еще не факт, что покупатель найдется: авангардные декорации не всегда подходят к чужим жизненным спектаклям...

О.Р.: Здесь, как в и торговле предметами современного искусства, очень многое зависит не от художника, а от уверенности и авторитета дилера. В середине 1990-х годов мы на одном из объектов сделали едва ли не первый в Москве подвесной криволинейный потолок. К заказчику в гости пришел уважаемый человек, с недоверием посмотрел на потолок и спросил: «Что это за ерунда у тебя висит?» Возможное развитие ситуации – звонок архитектору с криком: «Что



Д&И: Как и когда у вас возникло желание посвятить жизнь архитектуре и дизайну?

О.Р.: Все началось, когда в детском саду мне дали краски и кисточки. Рисовать всегда очень любил. Закончил художественную

«Мы с друзьями из МАРХИ проектировали какие-то воздушные замки, да еще и умудрялись на этом зарабатывать»



На фото: интерьер фитнес-клуба «World Class Романовъ»





На фото:
интерьер
фитнес-клуба
«World Class
Романовъ»

«Минимализм в России — это каприз, который обходится дорого, а выглядит нелепо»

ты мне за ерунду здесь повесил!», архитектор молчит, потому что объяснить, зачем нужен этот элемент дизайна, невозможно. Вместо этого наш заказчик спокойно ответил: «Это я придумал, а архитекторы сделали». Уважаемый гость еще раз взглянул и ответил: «А вообще это здорово, молодец!» Вряд ли это напрямую связано с нашей историей, но следующие пять-семь лет криволинейные потолки были на пике моды и присутствовали в каждом втором дизайн-проекте. Уверенность в себе — нужное качество в мире дизайна, где «чушь собачью» и «уникальное авторское решение» разделяет очень тонкая грань.

Д&И: Как бы вы определили стилистическую специализацию вашего бюро? За чем к вам обращаются клиенты?

О.Р.: Последние десять мы проектируем и строим частные дома с индивидуальными интерьерными решениями. Наш подход к внешнему и внутреннему дизайну дома можно определить словами «чем проще, яснее образ — тем лучше». В большинстве случаев это классический стиль, но без усложнений и излишней декоративности. Мы

можем гарантировать, что он не устареет и будет со временем дорожать.

Это не значит, что мы работаем под копірку: универсальных дизайнерских решений не существует. Они зависят от потребностей и характера заказчика, от его окружения, определяются контекстом времени, архитектурной средой города и даже политической ситуацией в стране. В этом смысле интерьерный дизайн сродни дизайнеру одежды, которая в конкретной ситуации может быть уместна либо неуместна. Мы «шьем одежду» по индивидуальной мерке, простую и элегантную, в которой владелец ощущает уверенность и силу и которую не хочется снимать.

Д&И: На ваш взгляд российская интерьерная мода коррелирует с мировыми трендами?

О.Р.: В Европе дизайну интерьера уделяется меньше внимания, куда важнее вид из окна, престижность района, социальное окружение. В Европе архитекторы интерьером почти не занимаются. Редкие исключения — реставрация исторических объектов и создание представительских интерьеров для очень богатых людей. Такие заказы

достаются лишь избранным, а большинство специалистов довольствуется перепланировкой бывших сараев и гаражей под жилье представителей среднего и выше среднего классов. Потом хозяин сам подбирает в магазине плитку, напольные покрытия, сантехнику и мебель, и в 90% случаев современный европейский дом или квартира получается в стилистике минимализма или шебби-шик (если хозяйка увлекается блошиными рынками). Для Европы минимализм логичен и естествен, в России — зачастую это каприз, который обходится дорого, а выглядит нелепо.

