

ЗА ДИЗАЙНОМ — В ХЕЛЬСИНКИ

ХЕЛЬСИНКИ ОБЪЯВЛЕН МИРОВОЙ СТОЛИЦЕЙ ДИЗАЙНА 2012 ГОДА. ЭТОТ ПОЧЕТНЫЙ ТИТУЛ РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ И НА ГОРОДА СТОЛИЧНОГО РЕГИОНА ФИНЛЯНДИИ: ЭСПОО, КАУНИАЙНЕН, ВАНТАА И ЛАХТИ. ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

Титул мировой столицы дизайна (World Design Capital или WDC) появился четыре года назад и является переходящим. Каждые два года Международный совет организаций по дизайну (ICSID) — неправительственная организация промышленных дизайнеров из 50 стран, действующая с 1957 года, — присуждает его одному городу в мире за старания улучшить жизнь людей с помощью дизайна, за отношение к этому профессиональному роду деятельности как к эффективному инструменту социального, культурного и экономического развития. Этим, собственно, и отличается титул мировой столицы от многочисленных премий в области дизайна — столичный статус означает признание того, что в этом городе дизайн влияет на жизнь его жителей, а также дает возможность рассказать об этом всему миру и предложить массу новых креативных идей.

«Открытый Хельсинки — внедрение дизайна в повседневную жизнь» — так называется тема 2012 года. Посмотреть на «живой» дизайн всего вокруг стоит уже в Новый год и накануне — в Лахти, где начинаются гала-представления. 31 декабря на Сенатской площади в Хельсинки состоится встреча Нового года и чествование города в качестве новой мировой столицы дизайна. И на целый год появится отличный повод бывать в Финляндии часто: кроме насыщенного календаря событий, гостей ждет множество новых дизайнерских объектов прямо на улицах финской столицы и соседних городов. Например, в центре Хельсинки будет сооружена концептуальная баня — естественно, экологически чистая и сделанная в духе новых архитектурных традиций. Баня открыта для всех желающих помыться-попариться, а делается она для того, чтобы изучить проблемы количества потребления воды. Возможно, тут есть тоже какая-то связь с дизайном. Стоит посмотреть и на Часовню тишины (молчания) в Камппи, Финский центр природы Haltia, конкурс Crown Bridges, проект развития территории Южного порта Хельсинки. «Согласно нашему видению, дизайн присущ не только объектам, но также услугам и системам. Мы стремимся сделать город лучше, внедряя дизайн в повседневную жизнь. При этом мы отталкиваемся от потребностей людей. Практичность, устойчивость и привлекательность — вот то, к чему мы стремимся», — говорит Пекка Тимонен, руководитель проекта «Мировая столица дизайна — Хельсинки 2012». Проект рассчитан на 16 млн евро, все работы по проекту оцениваются в 50 млн евро. Пять городов-участников вкладывают в проект 6 млн евро, государство дает 5 млн евро, остальное — это участие различных финских компаний.

В реализации проекта «Мировая столица дизайна» активное участие принимают и жители Хельсинки. Организаторы проекта получили от горожан 1400 предложений по городскому дизайну.



ФИНСКИЙ ДИЗАЙН ОТЛИЧАЕТСЯ ПРОСТОТОЙ, ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬЮ И СДЕРЖАННОЙ ЭСТЕТИКОЙ. КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО ТАКОГО ДИЗАЙНА — «ЧЕЛОВЕК»

Их объединяет одна идея: дизайн может улучшить мир. Для финских граждан очевидно, например, что дизайн может способствовать развитию велосипедного движения, работе городского транспорта, помочь энергообеспеченности города, развитию здравоохранения и социальных услуг. И это говорит о продвинутой финских граждан в общественной сфере и сфере быта — люди умеют и хотят жить в эстетическом комфорте.

Программа года насыщена проектами и мероприятиями, цель которых — привлечь общественное мнение жителей всех стран к тому, чего можно достичь при помощи дизайна.

2 февраля 2012 года в Сибелиусхолле в Лахти пройдет церемония вручения международных призов в сфере дизайна: новой награды «За вклад в мировой дизайн» от ICSID и двух призов, учрежденных в Финляндии, которые стали общепризнанными международными наградами: медали им. Алвара Аалто и приза Эстландера.

Весной главным местом встреч планируется сделать временный деревянный павильон, построенный между Музеем финской архитектуры и Музеем дизайна в Хельсинки. Это современная площад-

ка для встреч специалистов, а также представителей СМИ и всех желающих — здесь будут устраиваться воркшопы, дебаты, танцы днем и показы фильмов вечером, пикники и дизайнерские ярмарки. Вход на большинство мероприятий будет свободным.

В мае проект «Мировая столица дизайна — Хельсинки 2012» начнет сотрудничество с чемпионатом мира по хоккею. Также в мае состоится выставка премии INDEX: Award — одной из самых значимых наград в области дизайна. На выставке будут представлены 12-футовые органические конструкции с квадратными золотыми вставками, в которых будут расположены 60 образцов дизайна.

Самым богатым на события месяцем станет сентябрь. В этом месяце пройдет

ежегодная Неделя дизайна в Хельсинки, на которую съедутся профессионалы дизайна, архитектуры и моды. Откроется крупная выставка International Design House, где будут представлены дизайнерские проекты из всех стран мира. Во время ее работы одна дизайнерская организация и один специалист от каждой выбранной страны представят ноу-хау и философию дизайна своего государства. Цель — получить широкое представление о современном дизайне и сравнить его состояние в разных странах.

Кроме того, программа «Мировая столица дизайна — Хельсинки 2012» будет включать около 90 выставок, посвященных самым разным направлениям дизайна, а также поиску границ между дизайном и искусством. ■

КОФЕ — ЛУЧШИЙ ДРУГ БОГЕМЫ

Одним из партнеров столицы мирового дизайна Хельсинки стала компания Paulig, имеющая 135-летний опыт производства кофе и кофейных продуктов. Компания была основана в 1876 году Густавом Паулигом и по сей день остается семейным бизнесом. Кстати, в сентябре в Тверской области открылся кофеобжарочный завод Paulig в России. В ближайшее время компания готовится представить новый суперпремиальный кофе. «Сотрудничество со столицей мирового дизайна предоставляет нам возможность для развития кофейной культуры, создания новых трендов среди ценителей натурального кофе. Paulig и дизайн связаны естественным образом — так же, как дизайнер работает с материалом, внешней формой, функциональностью своего творения, специалисты Paulig заботятся о качестве каждого кофейного зерна, уровне обжарки, правильном помоле...» — говорит Карри Кауппила, директор по маркетингу Paulig.