

«В СЛЕДУЮЩЕЙ МОДЕЛИ ТРАМВАЮ УЖЕ НЕ БУДЕТ НУЖЕН ВОДИТЕЛЬ»

ПРЕЗЕНТАЦИЯ НИЗКОПОЛЬНОГО ТРАМВАЯ 71–410 (R1) СТАЛА ОДНИМ ИЗ САМЫХ ЗАМЕТНЫХ СОБЫТИЙ ПРОШЕДШЕЙ В ЕКАТЕРИНБУРГЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКИ «ИННОПРОМ».

ВГ ПОГОВОРИЛ С АВТОРОМ КОНЦЕПТА, ГЛАВНЫМ ДИЗАЙНЕРОМ И РУКОВОДИТЕЛЕМ ОПЫТНО-КОНСТРУКТОРСКОГО БЮРО АТОМ АЛЕКСЕЕМ МАСЛОВЫМ.

BUSINESS GUIDE: Как появилась идея создания подобного трамвая?

АЛЕКСЕЙ МАСЛОВ: Я уже около пяти лет сотрудничаю с корпорацией УВЗ. Мы делали брендинг корпорации, в прошлом году разработали систему визуального представления международной выставки вооружений Russia Arms Expo-2013. Был еще и ряд других проектов, и, кстати, не только для УВЗ. Моя лаборатория делала, например, брендинг проекта „Сноб“ и фирменный стиль финансовой корпорации „Открытие“, мы разрабатывали архитектурную концепцию сети автозаправочных станций „Роснефть“ и полный ребрендинг „Русской службы новостей“. Года два назад я с дизайнером Ярославом Рассадным сделал проект нового трамвая на основе одной из эксплуатируемых моделей. Тот проект в силу разных причин так и остался разработкой. Но в УВЗ, по-видимому, помнили о нем, и в декабре прошлого года от Олега Викторовича Сиенко (генеральный директор УВЗ) поступило предложение сделать что-то новое в этой области. Так получилось, что к этому моменту наша команда пополнилась дизайнером Антоном Кужильным и модельером Григорием Решетниковым. Мы очень быстро нашли общий язык и решили попробовать.

BG: Сколько времени заняла разработка?

А. М.: Первый карандашный эскиз был сделан 24 декабря. То есть весь цикл занял семь месяцев. Это фантастические сроки в промышленном дизайне. А дизайн экстерьера и вовсе был сделан за месяц. Зарубежные партнеры очень удивлялись нашей работоспособности, когда получали от нас в день столько комментариев, сколько привыкли получать за две-три недели. У них совсем другая система организации работы. Там целый отдел сидит и несколько недель рисует одну фару. В результате, правда, и фара получается как произведение искусства. Но нас стимулировала сверхзадача — поднять имидж России в области транспортного дизайна, показать, что мы способны сделать прорывной дизайн, опережающий стилевые тренды на несколько лет. Мне кажется, на данном этапе мы добились желаемого. Я понял это, когда такой авторитет в области промышленного дизайна, как Крис Бэнгл (экс-дизайнер BMW), подошел к нам на «Иннопроме» и выразил свое восхищение R1. А Крис Бэнгл — это для промышленного и транспортного дизайна такая же знакомая фигура, как, например, для IT-индустрии Стив Джобс. **BG:** Какие мировые тренды можно выделить в современном промышленном и транспортном дизайне?

А. М.: Трендов вообще и направлений в частности очень много. По большому счету каждый дизайнер пытается быть самобытным и узнаваемым. Но ориентироваться на мировые тренды — это не совсем правильный, точнее, бесперспективный подход, потому что ты сразу оказываешься в роли догоняющего. Мы исходили из идеи цикличности в истории дизайна и стиля. Если недавно, да еще и сейчас, мы все были свидетелями определенного ренессанса 60-х и 70-х годов прошлого века, то, очевидно, в



СЕРГЕЙ ИКСЕВ

ближайшем будущем наступит ренессанс 80-х годов. То есть формы станут основательнее, строже, линии утратят растительную плавность и станут прямее. Сам факт появления R1 — свидетельство возвращения этого стиля на новом витке. В промышленном и особенно транспортном дизайне очень важно предвидеть стиль хотя бы на десятилетие вперед. Ведь тот же R1, выпуск в серию которого запланирован на 2015–2016 годы, будет эксплуатироваться как минимум 20–25 лет. А это значит, что в 2030 или 2035 году он должен выглядеть абсолютно современно. В этом смысле показательный пример — Mercedes Gelandewagen, дизайн которого не устарел с конца 1970-х. **BG:** Как, по-вашему, в 2030 или 2035 году будет выглядеть среднестатистический пассажир такого трамвая?

А. М.: Вы не первый, у кого возникает такой вопрос. Приступая к работе над R1, мы с самого начала отбросили концепцию общественного транспорта как средства передвижения для тех, кто не может позволить себе автомобиль. Я считаю, что это принципиально неверный подход. Уровень комфорта в общественном транспорте не должен уступать уровню комфорта в представительском автомобиле. То есть владельцу того же Gelandewagen должно быть, во-первых, комфортно, а во-вторых, стыдно приехать на встречу на таком трамвае. Поэтому, уверен, у R1 нет какой-то узкой целевой аудитории. В нем будет комфортно максимально всем.

провинциальных городов. Но дело не только в этом, а скорее в том, что поверхность R1 обладает отражающими свойствами. По сути, это одно большое зеркало, и для человека снаружи, который, например, стоит на остановке или на тротуаре, на поверхности R1 будут отражаться дома, деревья, фонарные столбы. То есть этот самый ваш старый или новый — на самом деле без разницы — город будет как бы вместе с трамваем проплывать мимо вас. Уверен, что за счет этого эффекта R1 в состоянии органично слиться с абсолютно любой городской средой. Если же говорить об элементах разрухи, которая, скажем мягко, местами у нас встречается, то да, наверное, R1 не очень с ней совместим. Но мне кажется, это еще один повод ликвидировать как-то эту разруху.

BG: Почему вы выбрали форму кабины с обратным наклоном?

А. М.: Трамвай — это не скоростной поезд. Его средняя скорость движения — 24 км/ч. Соответственно, отпадает необходимость придерживаться аэродинамических форм. А при лобовом стекле с обратным наклоном значительно улучшается обзор. При такой конструкции, тем более с учетом четырех внешних видеокамер, для водителя нет слепых зон. Есть тут и психологический момент. Водитель при такой конструкции кабины как бы нависает над дорогой, в результате и пешеходы, и автомобилисты воспринимают его как главного и рефлекторно проявляют осторожность. А с чисто визуальной, дизайнерской точки зрения мы с самого начала решили исходить из концепции, что R1 — это черный уральский самоцвет в стальной оправе. Обратный наклон лобового стекла кабины водителя подчеркивает эту концепцию. Впрочем, как и в случае с салоном, в зависимости от городского ландшафта или маршрута нами предположен адаптируемый дизайн головных частей. То есть в принципе лобовое стекло может быть и без наклона.

BG: Как происходила коммуникация между ОКБ АТОМ и УВЗ, как выбирались подрядчики?

А. М.: R1 построен на двух стандартных, используемых в настоящее время тележках. У УВЗ были наработки по новому каркасу. Мы проанализировали их и предложили свою форму. Далее в ОКБ АТОМ делалась пространственная модель, которая затем с инженерной точки зрения отработывалась с нашими коллегами с «Уралтрансмаша», разбивалась на составляющие и распределялась по подрядчикам. Всеми инженерными работами по данному проекту на площадке «Уралтрансмаша» руководил наш сотрудник главный инженер ОКБ АТОМ Максим Кузин. Впрочем, этой координации не случилось бы, если бы руководитель ОАО «Уралтрансмаш» Алексей Дмитриевич Носов не поддержал проект и не погрузился в него полностью, дав нам определенный карт-бланш. Выбирая подрядчиков, мы в первую очередь рассматривали отечественных производителей — не столько из патристических соображений, сколько из экономических. Для нас было принципиально, чтобы трамвай получился хотя бы в два раза де-

МЫ С САМОГО НАЧАЛА РЕШИЛИ ИСХОДИТЬ ИЗ КОНЦЕПЦИИ, ЧТО R1 — ЭТО ЧЕРНЫЙ УРАЛЬСКИЙ САМОЦВЕТ В СТАЛЬНОЙ ОПРАВЕ



ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА