

Список вышедших публикаций



Objekt

Design and Interior
magazine

Frequency: 4 times
per year

Circulation: 10 000

№4 2010

Page: 70, 71, 72



Кто такая Элисон

текст: Дуня Эфрос

В сентябре в Москве побывала американский дизайнер Элисон Бергер. Она провела мастер-класс, посвященный использованию в интерьере авторских светильников и предметов из стекла ручной работы, и с удовольствием ответила на вопросы журнала «Objekt©Россия».

Элисон Бергер – интеллектуалка. И ее работа со стеклом и светом – хрестоматийный пример умного дизайна. Она получила степень бакалавра изящных искусств в Институте дизайна Род-Айленда, окончила архитектурный факультет Колумбийского университета, работала с архитектором Фрэнком Гери и скульптором Дейлом Чихули, а в 1995-м открыла свою дизайн-студию, полностью посвятив себя работе со стеклом. Она делает светильники, предметы интерьера и чистые инсталляции и работает в классической технике, когда каждый предмет выдувается вручную, обжигается в течение трех дней и затем приобретает готовую форму тоже в руках мастера. Ее работы есть и в частных собраниях, и в главных музеях современного дизайна. Свое кредо она так хорошо формулирует сама, что мы (как и многие другие) просто повторим дословно: «Свет для меня – это инструмент, стекло – материал, а главный мотив творчества – ускользающая память во всей ее неуловимости. В основе моих работ – коллекции визуальных

образов, созданных человечеством в разные эпохи для выражения своих верований, желаний и ритуалов. Викторианские ловушки для мух, аптекарские склянки, измерительные устройства – примеры того, чем я вдохновляюсь. Такие предметы загадочны, но могут много рассказать о тех временах и культурах, где создавались и использовались. Я обнажаю их сущность, запечатлевая ее в стекле, меняя масштаб, убирая все наносное. Получая новую интерпретацию, они ощущаются частью и современности, и старины. Как сама память, они побеждают пространство и время».

Этого вполне достаточно, чтобы понять и оценить работы Элисон, поэтому говорить с ней хотелось о вещах более отвлеченных – в частности, об особенностях работы дизайнера в Америке и в России, а также о специфике работы с частными клиентами. Уже в начале разговора выяснилось, что наш «старший брат», журнал Objekt©International, лежит у Элисон дома на самом почетном месте, и она его просто обожает. Потом разговор принял еще более неожиданный оборот.

– Вы работаете, скажем так, и с чистым искусством, и на заказ. Насколько одно похоже на другое?

– Видите ли, я сама создавала себе имя. Поэтому все заказы, за которые я когда-либо бралась, по сути своей, были художественными. Потому что всегда, когда я чувствовала, что линия, которую гнет клиент, не совпадает с моей, я говорила себе: «Ну что ж, значит, это не мой клиент». В таких случаях я обычно говорю: «Спасибо, извините, пожалуйста, я уже девушка немолодая, мне уже немножко трудно рано вставать» и так далее. Я ведь как работаю: у меня есть уже какие-то сделанные вещи, их покупают такими, как есть. Либо я делаю варианты предметов из своих коллекций. Ну, скажем, приходит кто-то и говорит, что хочет такую же люстру, но с 500 подвесками, и висеть она будет в церкви. А третий вариант – когда приходит человек и просит: «Сделайте мне что-то абсолютно свое, как хотите. У меня была идея сделать что-то для гостиной, но вы посмотрите весь дом». Последнее, конечно, случается нечасто. Зато когда случилось – это... знаете, это как влюбиться. И мне везет с этим – пару раз в год бывают такие заказы. Сейчас, например, я делаю одну инсталляцию для яхты – это будет подсвеченный объект из хрусталя и бронзы, расположенный где-то ближе к носу лодки и прикрепленный к потолку, а выглядеть будет как морской прибор, вроде компаса.

– Кстати, о яхтах... Как соотносятся между собой эти понятия – «богатство» и «вкус»?

– О! А сколько у нас времени?! – Элисон хохочет.
– Если серьезно, то мне в этом смысле везло. Мне доставались клиенты с хорошим вкусом, понимающие и образованные. И я очень люблю процесс создания чего-то нового для таких людей. Хотя порой я наблюдаю персонажей, которым образование не помешало бы.

– История про «старые деньги» и «новые деньги» в Москве, например, довольно актуальна даже теперь. Культурный конфликт ведь неизбежен?

– Я понимаю вас! Но поскольку я сама давно занимаюсь своим делом, у меня внутреннего конфликта нет – я легко могу сказать «нет». Отказаться от денег ради собственного «я» совсем не страшно – это тут же компенсируется. Стоит сказать «нет», как тут же ты говоришь «да» – кому-то другому.

– Хотя известно, что конфликты часто рождают совершенно новый художественный результат...

– Да! Я согласна абсолютно! И именно поэтому мне нравится работать в области дизайна. Потому что здесь каждая задача структурирована. И это дает большой импульс для художника, ведь ты должен решить именно эту задачу, поработать своей, так сказать, художественный словарь и самовыражаться, исходя из предложенных тебе параметров, а не делать вещи просто для собственного удовольствия.



Сверху вниз: Ширма со стеклянными вставками Abacus, бра Cylinder Sconce, подвесной светильник Word с расписанным вручную абажуром. Дизайн всех вещей принадлежит Элисон Бергер, и выпущены они под маркой Alison Berger Glassworks.



– Похоже на игру актера в предлагаемых обстоятельствах?

– Вот именно!

– Но вы не работаете на большие бренды, как часто делают европейские дизайнеры?

– Нет. Я сама. Как-то, правда, делала инсталляцию в бутике Hermes, но это была выставочная работа, а не оформительская. Там я решила представить в виде идеальных объектов вещи, ставшие привычными в обиходе. Изначально, когда Hermes зародилась, у них был такой лозунг: «Только лошадь знает, насколько удобно седло», а моя концепция, отраженная в показанных им рисунках, звучала так: «Только рука знает, какой предмет лежит в ней удобнее всего». Они были очень польщены тем, что я знаю историю их марки. Я сказала, что мои объекты будут так же лаконичны и эффектны, как то самое седло, – и никаких лишних декораций, ничего, даже большой латинской буквы «H». В общем, они согласились.

– В Европе сейчас много говорят о сближении дизайна и искусства. Как вы относитесь к такой постановке вопроса?

– Мне кажется, это маркетинговая идея, нужная, дабы повысить продажи. Деньги и искусство всегда идут вместе. Но из этой комбинации может в итоге выйти какое-то новое измерение. Маркетинг маркетингом, но тут вопрос о внутренней целостности и целеустремленности самого дизайнера, о том, зачем он делает то, что он делает. Иногда сама задача преодолеть определенные рамки есть дополнительный стимул для работы. Но все-таки есть в этом какой-то подлог. Вот смотрите – ограниченная серия, 50 штук чего-то. Много это или мало? С одной стороны, это ведь уже тираж, с другой – есть люди, которые собирают, коллекционируют, и их вполне может быть 50.

– Ну, таковы правила игры...

– Да, вы правы. Но в каком-то смысле в какой-то момент это все становится камнепадом.

– Роллинг стоунз?

– Именно что «роллинг стоунз»! Как, собственно, и сами Rolling Stones, которые в 1982 году



объявили о последнем турне. И вот этот limited edition все продолжает кататься по миру с последними турне. Это такая же история, понимаете, какая штука! Спасибо вам за ваши блестящие вопросы!

– Ну тогда вот еще один – в искусстве важна эстетическая концепция, а что насчет этической части вопроса?

– Безусловно, это важно. И мы должны думать о создании дизайна устойчивого, не подверженного моде. У хорошего дизайнера всегда есть свой собственный уровень цельности. Можно создавать все время новое, новое и новое, но в чем смысл этого? Мы живем в обществе, где все идет на выброс, где все заменяется, и ответственность наша заключается в том, чтобы создать что-то

Вверху: Подвесной светильник Roman ring, светильники Silver pendants и бра Lens Sconce, стеклянные пластины в котором представляют собой линзу.

Внизу: Astrolabe Dome – инсталляция из стекла, прообразом которой стала астролыбия, древний астрономический инструмент для измерения положения звезд на небе.

Дизайн Элисон Бергер, производство Alison Berger Glassworks.



такое, что будет прекрасным вне зависимости от времени. Моя идея в дизайне – вы покупаете это один раз и на всю жизнь. Когда вы полностью отдаетесь делу, прилагаете мастерство, вложенный труд вызывает естественное уважение к этой вещи. Неважно, сколько денег у вас в кармане и есть ли у вас психологическая потребность приобрести что-то новое. Это взаимно – и для того, кто это делает, и для того, кто этим пользуется. У меня вечно спрашивают: «А что вы нового сделали?» Да я, может, сделаю один, максимум два новых объекта в год. Не потому, что у меня нет идей, а потому что я хочу, чтобы мои вещи несли в себе смысл, о котором мы говорили. Я продолжаю сейчас делать объекты, которые я делала 20 лет назад – уж если они вошли в коллекцию, так там и остаются.

– И о чем она всегда?

– Неважно, что я делаю – осветительные приборы или скульптуры – это всегда моя полная завершенность светом. Не только электрическим. Эфемерность света как явления, которое постоянно меняется и вокруг объекта, и в самом объекте – в соотношении с внешним освещением. И в этой непрерывности происходит постоянное изменение – свет задерживается в объекте, преломляется... Ведь в чем прелесть стекла – оно меняется под воздействием меняющегося дневного света. Глядя на стеклянные объекты в своей студии, я могу без всяких часов сказать, который час. Глядя на деревянный стол, вы этого не скажете. Для меня стекло – отражение и выражение природы. Мои осветительные приборы не для того, чтобы читать газету – это тихий, спокойный свет, создающий мерцание, причем лампы должны быть такими маломощными и включены на таком уровне, чтобы вы могли смотреть на спираль, не отводя глаз.

– К вам, наверное, пристают с вопросами об экономии электричества...

– В прошлом году на дизайнерской выставке в Нью-Йорке все вокруг только и говорили – зеленые-зеленые, чистое, экологичное. В общем, в итоге я начала всем говорить – хватит! Что может быть более чистым по отношению к природе, как не работа со стеклом – материалом, наиболее хорошо подверженным вторичной переработке и не наносящим никакого ущерба среде. Там же меня замучили вопросом: «А почему вы не пользуетесь энергосберегающими лампами?» Но, задавая этот вопрос, кто-то задумывается о сути? Эти лампы содержат ртуть, и когда все говорят о том, какие они экономичные, никто не знает, как потом они будут перерабатываться и утилизироваться и как это воздействует на окружающую среду. А с чисто эстетической точки зрения я уж вообще молчу! Я, конечно, вежливая девушка, но когда я битый час рассказываю о своей концепции светильников, а мне, в конце концов, задают вопрос об энергосберегающих лампочках, могу и не сдержаться. Вообще, это результат промывки мозгов, когда под флагом экологичности промоутируется что-то, что требует промоушна. А вы, уж коли вышли на публику, непременно должны об этом говорить, доказывая, что в теме.

Вот у меня дома уже шесть лет висит моя люстра, и я ни разу еще не поменяла лампочки, купленные в ближайшей лавке за углом. А мне будут говорить про энергосберегающие технологии! ●