

КАРІМ РАШИД: РОЗМОВА ПРО COVID, ДИЗАЙН ТА УКРАЇНУ

Інтерв'юєр: Люсія Бондар



ФОТО: NIKOLA BLAGOJEVIC / SPEKTRUM
ФОТО: IVAN VIANI D'AGLI M.A. METROPOLITANA DI NAPOLI S.P.A.



Дизайн станції метро Università Station у Неаполі, Італія

КАРІМ РАШИД — ДИЗАЙНЕР, ЯКИЙ, ПЕВНО, НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ: ВІН ПРАЦЮЄ НА РІЗНИХ РИНКАХ І З РІЗНИМИ ПРОЄКТАМИ — ВІД АРХІТЕКТУРИ БУДІВЕЛЬ, ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРІВ ДО ПРЕДМЕТІВ ДЕКОРУ Й ПАКОВАННЯ ДЛЯ ТОВАРІВ. НА ЙОГО РАХУНКУ ПОНАД 4000 РОБІТ, СЕРЕД НИХ Є ОДНА В УКРАЇНІ. КАРІМ РАШИД ЗІСНАЄТЬСЯ, ЩО ХОТІВ БИ СТОВРИТИ БІЛЬШЕ ПРОЄКТІВ НА НАШОМУ РИНКУ.

ВИ розробили тисячі проєктів — від будівель та інтер'єрів до модних товарів та їхнього пакування. Що допомагає Вам бути настільки продуктивним?

Чесно кажучи, кількість моїх проєктів — більше 4000. Я відчуваю, що натхнення та інноваційні рішення з'являються тоді, коли є обмеження. Якби у нас було багато ресурсів, не було б експериментів. Іноді моя найкреативніша робота є наслідком невеликого бюджету на інтер'єр чи обмеженого інструментарію. Чимало дизайнерів дійсно багато працюють, але ми не бачимо більшої частини їхньої роботи — вона лишається концепцією. Ключ до того, щоб вивести проєкт на ринок, — це взаємодія. Тісна робота з клієнтом і розуміння його потреб збільшують продуктивність. Дизайн — це співпраця; коли я слухаю клієнтів, розумію їхні потреби, то більше ймовірності, що проєкт буде реалізовано. Мене не цікавлять лише концепції — мені потрібно матеріалізувати свої ідеї. «Бути — це будувати», — сказав Мартін Гайдеґгер.

**Наскільки велика команда, яка Вам допомагає?
Як Ви обираєте людей, які працюють на Вас?**

Моя команда складалася з близько 15 осіб до пандемії коронавірусу, але зараз нас шестеро, й усі працюють віддалено. Я завжди віддавав перевагу невеликій команді. Менший колектив продуктивніше працює і створює якісніший продукт.

Я обираю людей, виходячи з їхньої пристрасності до дизайну, чи люблять і знають вони мою філософію і роботу, чи працюють із вірою у моє бачення, чи позитивно налаштовані.

**Міжнародний ринок дизайну досить конкурентний.
Як Ви просуваєте себе? Яка PR- чи маркетингова агенція допомагає Вам?**

Я використовую Instagram і Facebook, щоб надихати світ як особистим, так і професійним прикладом, щоб популяризувати свої переконання, проекти, життя, щоб отримувати миттєві відгуки про роботу. Я не співпрацюю з PR- або маркетинговими агенціями та ніколи не робив цього. Instagram – головна соціальна медійна платформа цієї цифрової епохи. Вона хороша не лише для того, щоб представляти проекти, а й для впливу та натхнення для молодих дизайнерів і поціновувачів дизайну, потенційних клієнтів, а також журналістів. Я завжди вважав, що дизайн має бути об'єктом суспільним. Тепер, нарешті, його можна оцінити в глобальному масштабі, а соціальні мережі сприяють процесу формування красивішого світу. Якщо вважати, що дизайн важливий для створення кращого світу, то соціальні мережі є каталізатором й агентом змін.



ФОТО: ВІКТОРІЯ КВІТКА

Люсія Бондар,
видавець Commercial Property



ФОТО: КАРИМ РАШИД



Дизайн готелю prizeotel Erfurt-City,
Ерфурт, Німеччина



ФОТО: NIKOLA BLAGOLEVIC / SPECTROOM

На рахунку Каріма Рашида – понад 4000 проєктів і більше 300 нагород

Які Ваші професійні правила та принципи?

Дизайн хороший тоді, коли немає надмірного декорування чи оздоблення. Якщо забрати все прикрашання й об'єкт продовжить функціонувати, то це більше стиль, ніж дизайн. Якщо проєкт розроблено добре, то жодна його частина невіддільна.

Як Ваш підхід до роботи та проєктування змінювався і розвивався? Чи були ситуації, події або люди, які вплинули на Вас як дизайнера?

Мій підхід і процес не дуже змінилися. Однак я більше не витрачаю так багато часу на створення технічних малюнків від руки, як це було на початку моєї кар'єри, до того як я заснував свою студію. Замість цього я роблю ескізи та передаю моїй команді, яка перетворює їх у 3D. Проте кожен дизайн має мій унікальний відбиток. Нинішні реалії такі, що промисловий дизайн і дизайн інтер'єру створюються спеціалістами, які використовують нові технології – чи це матеріальна хімія, спосіб виробництва чи механічний винахід.

На початку моєї кар'єри архітектор Етторе Соттсасс (Ettore Sottsass) навчив мене: попри те, що існує багато прекрасних об'єктів дизайну, необхідно ставити питання – чим вони корисні для нас? Тому з точки зору людських відчуттів і об'єктів, що надихають, стиль Мемфіс був відкриттям. Є багато предметів дизайну, які вражають тільки тоді, коли виокремлені, коли існують самі по собі. Я завжди запитую себе: що залишиться, якщо забрати дизайн? Якщо тільки стиль, то це вже минуло.

Назвіть, будь ласка, Ваших партнерів і клієнтів.

Я працював із багатьма компаніями, але серед основних – LG Electronics, Artemide, HUGO BOSS, BoConcept, Alessi, Veuve Clicquot, prizeotel, Radisson Hotel Group, NH Hotel Group, Krosno Glass, Niekamper, Tonik, Marburg, Vondom, Umbra, Riva 1920, Prada, ISSEY MIYAKE, OPPO, Slide, Method, Paris Baguette, KENZO, bobble, Abet Laminati, Samsung, Corian тощо.

Чи є проєкт, яким Ви найбільше пишаєтесь? Що в ньому особливого?

Найскладнішим для мене був, мабуть, дизайн станції метро* у Неаполі. Цей проєкт також найдовший за часом: я почав розробку концепції у 2004 і завершив у 2011 році. Але я дуже пишаюся готовим продуктом. Для створення кожної станції, які у Неаполі називають «художніми», було залучено різних відомих архітекторів. На станції, над якою працювала архітекторка Гає Ауленті (Gae Aulenti), є роботи художників Мікеланджело Пістолетто



Концепція апарт-комплексу Bounce



Концепція готелю Karimotel

(Michelangelo Pistoletto) та Джозефа Косута (Joseph Kosuth). На деяких станціях є твори інших митців – від Сола Левітта (Sol Lewitt) до Сандро Чіа (Sandro Chia).

Алессандро Мендіні (Alessandro Mendini**) сподобалось моє тонке чуття. Це було дуже приємно, враховуючи, що я розділяв його бачення, коли був в університеті, та завжди вважав його наставником. Оскільки метро створювалось під егідою мистецтва, це дало мені змогу не проектувати станцію як дещо консервативне – я виконав її повністю у своєму цифровому напрямі. Тобто всі стіни, простори – це і є мистецтво. Я завжди любив вплив і виклик, яким був проєкт метрополітену Неаполя. Це втілення демократичного дизайну.

Над якими проєктами Ви наразі працюєте?

Я розробляю концептуальний соціальний медійний рор up простір для великої технологічної компанії. Також працюю над освітленням разом із фірмою Martinelli Luce, над новою пляшкою для Paris Baguette, пакуванням для провідної марки цукерок, новим освітленням для компанії, яка займається 3D-друком. Із турецькою фірмою розробляю порцелянову продукцію. Серед поточних проєктів – 3D-друковані меблі, що виготовляються зі вторинної пластмаси з океану, та лінійка фляг для подорожей. Також працюю над інтер'єрами для медичного центру в Ізраїлі, мережі готелів prizeotel у Європі, ресторанів у Торонто (Канада) та Беверлі-Хіллз (США).

* Мова йде про Università Station.

** Італійський дизайнер та архітектор, розробив проєкти декількох станцій метро в Неаполі, серед них і Università Station.

У Вашому портфелі є проєкт в Україні – це EDEN Bar & Rooftop by Mantra в київському ЦУМі. Розкажіть про нього.

Я подружився з власником Сергієм Протишевським, і ми співпрацювали над скульптурною інсталяцією та реконструкцією бару та даху. EDEN Bar & Rooftop by Mantra – це місце, щоб насолоджуватися літніми київськими ночами. Там є моя скульптура, яка «говорить» про глобальну єдність, нескінченність і музику. Дизайн виконаний переважно в білому кольорі, що виражає літо, свободу, чистоту й легкість.

Чи співпрацювали Ви з українськими виробниками та постачальниками?

Ні, але хотів би. І, звісно, хотілося б мати більше замовників в Україні, зокрема мені цікаво було б створити проєкти готелю і художнього музею. Я небагато знаю про країну з точки зору сфери дизайну, але прагну дослідити більше. Я часто відвідую Україну та бачу, що всі захоплені перебудовою тих поетичних, романтичних, мистецьких



ФОТО: KARIM RASHID

Серед нових робіт Каріма Рашида – стільці Voxel, раковина LAP PLUS, диван Heartbeat

і дуже інтелектуальних місць, які роками пригнічувались соціалістичним і комуністичним режимами.

Як ситуація з COVID-19 вплинула на Вас особисто?

Для багатьох перебування вдома стало моментом, щоб сповільнитися і переосмислити своє існування, а також переосмислити свою сутність. У цей період, коли в мене менше зобов'язань і цілком відкритий графік, я бачу особисту потребу щось постійно створювати. Щодня я приділяю малюванню близько двох годин – розробляю проекти, сидячи у своєму маленькому скромному домашньому офісі, оточений кольорами та візуальною енергією.

Чи вірите Ви в те, що COVID-19 призведе до значних змін для людства? Які уроки можна винести з нинішньої ситуації?

Я вважаю, що всі епідемії є наслідком і повідомленням для людства про нищівний вплив, який ми чинимо на Землю та одне одного. Тож після зникнення COVID-19 з'являться нові епідемії, якщо ми не впровадимо суттєвих змін. Але як людство може еволюціонувати? Після епідемій ми не сильно змінювались і повертались до мегаманіакальної жадібності. Ми винаходили вакцини або ж віруси та бактерії гинули природним шляхом. Чи змінюємось ми та чи об'єднуємо Землю і людство? Чи це зближує нас? На короткий період – так, але після того у світі продовжує панувати жадібність, корупція,

націоналізм, расизм, нерівність, фанатизм, шовінізм, корпоративна соціальна безвідповідальність, сексизм тощо.

Ця пандемія – «дзвіночок» від матері-природи, щоб ми подумали про зменшення споживання, щоб сповільнились, насолоджувались і цінували своє існування, щоб очистили світ, створювали місцеве виробництво, локальне й відповідальне фермерське господарство, припинили займатись тваринництвом, менше народжували, перейшли на цифрову роботу та зменшили кількість подорожей, позбулися від токсинів, припинили політичні баталії, визначили пріоритетність політичних витрат, припинили війни та військові інвестиції, відмовились від паперу, поважали землю та більше нічого від неї не брали (наприклад, нафту чи деревину), поширювали любов – globalove – один до одного, до навколишнього середовища й нашої екосистеми.

Ви є суддею SBID Product Design Awards. Які Ваші очікування від конкурсу та його учасників?

Нині ми живемо в уніфікованому світі. Глобалізм звів усе до найменшого спільного знаменника. Я сподіваюся побачити нові інноваційні проекти, актуальні для нашого часу, які відповідають на потреби людства та надихають. Дизайн стає все консервативнішим, він є копією з минулого. Потрібно бути з іншої планети, щоб звільнитися від усіх умовностей. І це те, що я очікую від конкурсантів SBID Product Design Awards.

AD