

Есть ли автомобильный дизайн в России?

12.04.2013

11 апреля в Университете машиностроения (МАМИ) прошла Международная научно-техническая конференция «Автомобильный дизайн в России», которую организовали Ассоциация автомобильных инженеров России, Международная организация сообществ автомобильных инженеров FISITA и Университет машиностроения (МАМИ).

- Проведение подобного мероприятия было делом рискованным: автомобильная промышленность в настоящее время для России - болезненный вопрос, а в самом дизайне с советских времен вплоть до недавнего времени мало что менялось, - признались сами организаторы. Задача конференции состояла в привлечении внимания к вопросам автомобильного дизайна и обсуждении качества подготовки будущих кадров для автопрома.

Модератор встречи, главный редактор журнала «Авторевю» Михаил Подорожанский начал конференцию с глобального вопроса:

- Сегодня мы собрались в МАМИ, чтобы понять, есть ли автомобильный дизайн в России? Если есть, то как его воспринимать?!

Главу компании Marussia Motors Николая Фоменко завалили вопросами по программе «Кортеж» и по поводу производства автомобилей Marussia. Российским производителям спорт-каров приходится нелегко:

- Условия таковы, что автомобильный рынок уже давно поделен между мировыми автогигантами, и выйти на него молодой российской компании крайне сложно. Несмотря на трудности, продажи автомобиля B2 вышли на достойный уровень и его производство уже нельзя назвать убыточным.

По словам Фоменко, одной из задач, стоящих перед компанией Marussia Motors, является создание автомобиля с собственной силовой установкой.

- Россия не может позволить такую ситуацию, при которой комплектующие основных систем, скажем, двигатель, будут закупаться за рубежом. Не иметь двигатель со своим блоком управления в XXI веке – это абсурд! Пора собирать своё, а не становиться сборочным государством! – резюмировал Фоменко. - В отличие от дизайнеров, я хочу избавиться от преемственности в дизайне наших авто. Это не российский путь. Современное поколение требует нового взгляда на вещи. Я призываю дизайнеров к более свежему взгляду на вещи с опережением на два, а то и три года.

Зачастую, чтобы лучше понять особенности национальной культуры, необходим взгляд со стороны. Для АвтоВАЗа «сторонним наблюдателем» стал дизайнер Стив Маттин, который имеет большой опыт работы в таких автогигантах, как Mercedes и Volvo.

- Когда я приехал в Россию, первое что я для себя отметил, что Россия – страна контрастов, - говорит Маттин. - Контрасты повсюду: в природе, погоде и даже на рабочем месте. Предложение работать над дизайном российских автомобилей меня привлекло тем, что здесь я могу многое изменить, здесь заложена огромная возможность для развития. И мне это по силам. Ситуация сегодня такова, что все автопроизводители хотят попасть на российский рынок, и, естественно, это приводит к росту конкуренции. Наша задача - сделать бренд АвтоВАЗа узнаваемым. Наш автомобиль должен быть уникальным, ярко выраженным, иметь свой характер. Именно поэтому, в первую очередь мы делаем акцент на дизайне, чтобы добиться контраста с предыдущими моделями.

В завершение конференции был организован телемост между участниками конференции МАМИ и главным дизайнером Центра промышленного дизайна и инноваций АСТРА РОССА Владимиром Пирожковым, который находился в этот момент на выставке Hannover Messe в Германии. Пирожков рассказал, что будущим дизайнерам надо думать не о наземном транспорте, а стремиться к покорению воздушного пространства и к переходу из 2D в 3D-движение.

Пресс-служба Университета машиностроения (МАМИ)

