

«КУ» пообщалась с главным редактором издания, студенткой второго курса кафедры дизайна и национальных искусств, Яной Вахитовой о популяризации прекрасного, а также о том, кто такой дизайнер, и зачем он нужен человечеству.

«На красной линии» показывал себя обществу дважды: в июне 2015 года и в марте 2016 года. Одного взгляда на журнал достаточно, чтобы понять его аудиторию: каждый номер выдержан в своем стиле. Характерная особенность «На красной линии» – то, что каждый выпуск берет во внимание конкретную вещь, актуальную для мира дизайна и искусства, и разбирает ее «по косточкам». К примеру, первый номер, выдержанный в духе супрематизма, был посвящен стулу. Причина тому – тот факт, что в XX веке каждый крупный дизайнер разрабатывал свою модель стула, и эти находки оказали огромное воздействие на облик современности. Героиней второго номера явилась буква – символ человеческой памяти, самая важная абстракция в истории, а дизайн, как утверждает сама редакция, «выглядит более уверенно и целостно». Следующий выпуск расскажет нам о парусе и обо всем, что с ним связано: тканях, хождении под парусом, о том, как этот кусок полотна изменил мир. На страницах журнала вы увидите новости мира дизайна, интервью с деятелями искусства, исторические справки по тематике номера, научные исследования, а также информацию о грантах и конкурсах для студентов.

№1 «СТУЛ»



Чем обусловлено название журнала – «На красной линии»?

Если буквально: красная линия – это линия застройки городов. В городах создается история современности. Линия сама по себе – это основа рисунка. Красный цвет – это самый активный цвет спектра, основной цвет в супрематизме и конструктивизме, направлениях в искусстве, которые прославили Россию, как центр модернизма.

Что явилось толчком для создания журнала?

Идея зародилась почти случайно: наша студентка Красноперова Даша решила в качестве дипломного проекта разрабатывать макет журнала, эта идея заразила наших будущих кураторов (Еманова Ю. Г., Салахов Р.Ф., Яо М.К.), а уже они заразили ею меня. А я остальных. Собралась редколлегия из студентов и магистрантов – дизайнеров, филологов и будущих педагогов изобразительного искусства. «Кто» и «что» может делать выясняли в процессе работы.

Что и кому вы хотите рассказать? Не боитесь ли не востребоваемости столь специфического издания?

Наша миссия – обратить людей к чтению и творчеству. Без Homo Legens – Человека читающего – не будет Homo Sapiens – Человека мыслящего, тогда как современный мир уже давно нуждается в новом типе – Человеке творящем. Цель – продвигать татарстанское искусство и дизайн, университет, Казань. Нас интересуют люди, вещи, тексты, явления, события. *Мы хотим не только знать контекст нашего времени, мы хотим его создавать.* Мы не собираемся ограничиваться дизайном и искусством в привычном их понимании. Ведь искусство – это все, что нас окружает. Сейчас мы пишем о том, что знаем и любим. Влюблены в эстетику квантовой физики и хотите опубликовать посвященное ей хокку? Мы к Вашим услугам.

Вы поставили перед собой высокую планку. Каковы препятствия на пути к ее достижению?

На сегодняшний день основная проблема – это отказ от шаблонов. Мы слишком привыкли писать «как надо». Наша цель на ближайшее будущее: добиться единства стиля оформления со стилем языка. Хочу отметить, что все члены редакции – любители, ранее не имевшие отношения к журналистскому и издательскому труду, и мы абсолютно открыты для сотрудничества. Журнал должен стать площадкой для творчества, надеемся, что не без участия наших читателей.

За космосом стоит будущее далекое, а за дизайном всегда стояло, стоит и будет стоять настоящее. Он определяет не только облик современности, но и ее содержание. Современный дизайн сам трактует человеку его потребности и предпочтения благодаря инструментам маркетинга. Маркетологи, уверена, с этим поспорят, сказав, что это маркетинг определяет потребности и предпочтения человека, в частности, благодаря инструментам дизайна. Однако маркетинг – это в первую очередь исследование, а дизайн – созидание. В последнем меня привлекает интеграция инженерной мысли и художественного восприятия. Дизайн решает материальные задачи, но создает этим эстетику. Это подобно даосскому символу инь и ян. Наш мир двойственен, и для того, чтобы родилось что-то новое, необходимо объединить противоположности.

Ознакомиться с номерами журнала «На красной линии» вы можете, пройдя по ссылке <http://kpfu.ru/philology-culture/zhurnaly>. Также у издания есть своя группа в социальной сети «В Контакте»: https://vk.com/on_the_red_line. По поводу сотрудничества: on.the.red.line@yandex.ru.

Алсу ГАРАПОВА

Фото Тимура Хадеева