



Компаньон
magazine

«ВОЛШЕБСТВО ЗИМЫ
ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ,
ЧТО ОНА ОТКРЫВАЕТ НАМ
ГЛАЗА НА ЧУДЕСА ВОКРУГ»

ЛЬЮИС КЭРРОЛЛ



Юлия Усольцева,
главный редактор ИД «Компаньон»

Подходит к концу календарный год, но начинается его самый волшебный период — декабрь. Время, когда можно оставить в стороне повседневные заботы и настроиться на праздник.

В предновогодней суете найдите время для себя и вдохновения. В нашем декабрьском номере — всё для создания особого настроения: материалы о культуре и искусстве, дизайне и архитектуре, красоте и подарках.

Пусть этот выпуск станет для вас источником тепла и радостных ожиданий. Желаем, чтобы в наступающем году каждый ваш день был наполнен счастьем и ощущением, что вы находитесь именно там, где хотите.

Лёгкости и радости в новом году!

ЮЛИЯ БАТАЛИНА

«ТЕЛО НИКОГДА НЕ ОБМАНЫВАЕТ»

ПРИМА ПЕРМСКОГО БАЛЕТА БУЛГАН РЭНЦЭНДОРЖ —
О «ЛЕБЕДИНОМ ОЗЕРЕ», «ЩЕЛКУНЧИКЕ»
И ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ БАЛЕРИНЫ



ФОТО: ГЮНАЙ МУСАЕВА

ГРЯДЁТ НОВЫЙ ГОД, А С НИМ — НЕПРЕМЕННОЙ «ЩЕЛКУНЧИК» (6+) В ПЕРМСКОМ ТЕАТРЕ ОПЕРЫ И БАЛЕТА. ПРИМА-БАЛЕРИНЫ ТЕАТРА ВОЗВРАЩАЮТСЯ К РОЛИ МАРИ — ОДНОЙ ИЗ САМЫХ ЛЮБИМЫХ И В ТО ЖЕ ВРЕМЯ САМЫХ ОТВЕТСТВЕННЫХ. КАК АРТИСТКИ БАЛЕТА ГОТОВЯТСЯ К НОВОГОДНЕМУ «ЩЕЛКУНЧИК-МАРАФОНУ»?

ОБ ЭТОМ, А ТАКЖЕ О ПУТИ В БАЛЕТ, О ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ БАЛЕРИНЫ В ПЕРМИ И О ТОМ, КАК ЖИВЁТСЯ В РОССИИ ДЕВУШКЕ ИЗ МОНГОЛИИ, РАССКАЗЫВАЕТ ПРИМА ПЕРМСКОГО БАЛЕТА БУЛГАН РЭНЦЭНДОРЖ.

Скажите, пожалуйста, вам нравится пермский «Щелкунчик»? Он ведь сильно отличается от привычного...

— Отличается, да! Это один из моих любимых спектаклей. Мне очень нравится, что это не просто танцевальный спектакль, а режиссёрский, сюжетно и драматически выстроенный. Особенно нравится музыкальное решение Алексея Григорьевича (*Мирошниченко, художественного руководителя Пермского балета. — Ред.*): например, это музыкальное раскрытие во втором акте, там такой драматичный момент...

Да, в музыкальной кульминации, там, где у Василия Вайнонена паде-де, у Мирошниченко — драматичная сцена, в которой живые персонажи превращаются в кукол.

— Благодаря этой постановке мне удалось сыграть персонажа, который растёт. Мари в нашем «Щелкунчике» сначала совсем ребёнок и взрослеет на глазах у зрителя. Для артиста, особенно для артиста балета, не так просто войти в роль ребёнка. Для этого вовсе недостаточно скакать и глазами хлопать. Детство должно быть во всём теле, во всём танце.

...Потому что тело никогда не обманет. Ни одной взрослой детали в движениях ни на секунду не должно быть.

Недавно прошла премьера возобновлённого «Лебединого озера», вы там танцуете Одетту и Одиллию. Кто из лебедей вам ближе — белый или чёрный? Какая роль интереснее?

— Они очень разные. Одетта — это нежность, хрупкость, абсолютно чистая и прозрачная любовь, это юность; Одиллия — это уже взрослая женщина, без иллюзий, без идеалов. Одетта — Одиллия — это двойная роль.

ПАРТИИ В БАЛЕТЕ ЖИВУТ СВОЕЙ ЖИЗНЬЮ, ОНИ ИДУТ ПО ЖИЗНИ ВМЕСТЕ С ТОБОЙ, С ТОБОЙ РАСТУТ. Я СЧИТАЮ, ЧТО ЕСЛИ РОСТА НЕТ, ТО ЗАЧЕМ ТОГДА ВСЕМ ЭТИМ ЗАНИМАТЬСЯ?

которая растёт вместе с тобой. Первая партия, которую я стала танцевать, когда пришла в театр, была как раз Одетта — Одиллия, мой самый первый спектакль. Конечно же, сейчас

я совершенно по-другому это танцую и по-другому воспринимаю эти образы.

Партии в балете живут своей жизнью, они идут по жизни вместе с тобой, с тобой растут. Я считаю, что если роста нет, то зачем тогда всем этим заниматься?

Какие ещё ваши роли — любимые?

— Это сложный вопрос, потому что я вообще люблю свою работу. Каждая роль — это как твой ребёнок. Бывает, что-то не получается, опускаются руки, и нужно просто работать ежедневно, чтобы был прогресс, — так создаются роли. Когда ты на протяжении долгих репетиций создаёшь эти роли, когда они после долгих трудов начинают удаваться — естественно, ты начинаешь их любить.

Никия в «Баядерке» — из особо любимых партий. Это строгая классика, и станцевать её чисто — это не просто. Танцуешь и думаешь: «Какая красота!» А потом начинаешь репетировать Китри в «Дон Кихоте», а там уже другое настроение, там нужно зажигать! Получаешь потрясающее удовольствие, потому что это жара, это Испания, и нужно дать огня.

Конечно, очень люблю Веру Надеждину в «Золушке».

Как вы готовитесь к таким большим сложным ролям? Вы только репетируете танец или вы что-то читаете, какие-то лекции слушаете, смотрите какую-то живопись?

— Я в принципе люблю читать, слушать, не только для подготовки каких-то партий, а вообще по жизни. Мне кажется, это очень важно, потому что, когда ты что-то впитываешь в себя, даже если ты как будто это не помнишь, всё в подсознание уходит и из этого потом выходят какие-то новые детали.

Я люблю перед спектаклем, например, за день или накануне смотреть разные балетные записи для вдохновения. Часто смотрю «Манон» Кеннета Макмиллана, которая идёт в Ковент-Гардене. Есть разные записи этого спектакля, я смотрю с Марианелой Нуньес. Люблю смотреть «Евгения Онегина» Джона Крэнко, он меня очень вдохновляет: там красивые дуэты, а я люблю дуэты в балете. Могу посмотреть «Спартак» Григоровича с Владимиром Васильевым и Марисом Лиепой — там столько энергии, столько адреналина, сразу душа пробуждается.

Я ваша поклонница со времён вашего выступления на конкурсе «Арабеск» в 2018 году. Тогда я позвонила директору хореографического училища Людмиле Дмитриевне Шевченко и спросила: «Кто эта девочка?», а она мне: «Записывайте по буквам...»

— Да, у меня трудная фамилия!

„Я люблю читать, слушать, не только для подготовки каких-то партий, а вообще по жизни. Это очень важно, потому что, когда ты что-то впитываешь в себя, всё в подсознание уходит и из этого потом выходят какие-то новые детали

Ваш русский язык почти безупречный. Не сразу определишь, что вы иностранка. Как вам удалось его так хорошо освоить?

— Учить русский я начала ещё дома, в Монголии, в школе, но там я не очень старалась и не делала успехов. Когда мы, 12 монгольских мальчиков и девочек, приехали в Пермь, для нас преподаватель Татьяна Викторовна Козлова специально разработала курс; мы занимались по особой программе, не так, как русские ребята, и русский язык стал у меня любимым предметом!

Я очень любила выходить к доске, радовалась, когда добивалась успехов, очень увлекательно было разбирать синтаксис — сложносочинённые предложения, сложноподчинённые...

Всё время в училище я была круглой отличницей.

Значит, вы из столицы, из Улан-Батора? Не дочь степей?

— Нет! Хотя на каникулы я уезжала в деревню к бабушке и очень люблю эту глубинную Монголию.

Как же вы оказались в России, в Перми?

— Моя мама очень любила балет, мечтала заниматься танцами профессионально. У неё это не получилось, и она очень хотела, как это часто бывает, чтобы я исполнила её несбывшуюся мечту. Танцами я занималась с детства, сначала в любительском коллективе, а затем в студии при театре оперы и балета, где преподавала Гэрэлчимэг Хоролдаваа — прима-балерина, хореограф, выпускница Вагановской академии русского балета. Так что начальная подготовка у меня очень хорошая.

Когда в Улан-Батор приехали педагоги из Перми и стали набирать мальчиков и девочек на обучение в Пермь, я очень легко поступила благодаря занятиям с моим педагогом.

Сколько вам было лет?

— Десять.

И вы поехали такая маленькая в далёкую страну одна, без родителей?

— Мама плакала! Но в Перми мне очень понравилось. Для нас создали прекрасные условия: чудесное общество напротив театра, всё в центре



ФОТО: АНДРЕЙ ЧУНГОВ

города. У нас была очень дружная компания, нам было весело и интересно. В Монголии я думала только о балете, и моя учёба в школе очень от этого страдала. Здесь, в хореографическом училище, у нас была очень сбалансированная программа, и я стала успевать по всем предметам. Я ни разу не пожалела, что приехала в Пермь. Мои педагоги, особенно мой руководитель Нина Петровна Костарева, стали мне родными.

Конечно, я очень скучала по маме. Каждый год, когда после каникул я возвращалась в Пермь, я везла с со-

бой мамину маечку, складывала её под подушку и перед сном обнимала её.

Вы приехали обучаться по целевому набору. Как же так получилось, что вы остались работать в Перми, а не вернулись домой отрабатывать этот целевой набор?

— Для меня сделала исключение на уровне Министерства культуры Монголии: мне предложили работу в театре в Перми, причём сразу в статусе солистки, и в Монголии решили, что я буду как бы послом культуры, представителем своей

страны в России. Был издан специальный приказ.

Вам ведь предлагали и другие театры. Почему вы выбрали Пермь?

— Да, меня звали в Екатеринбург, в Урал Балет. Я даже туда съездила, посмотрела город, театр... В Перми мне хорошо. Здесь у меня прекрасные педагоги-репетиторы Наталья Анатольевна Моисеева и Виталий Дмитриевич Полещук. Они настоящие профессионалы.

В нашем театре сложилось небольшое «монгольское землячество».



ФОТО: АНДРЕЙ ЧУНТОВ

Вы дружите с оперным солистом Энхбатом Тувшинжаргалом? Общаетесь?

— Не так часто, ведь Энхбат поёт не только в Перми, он много ездит, и мы оба очень заняты. Но, когда нам удастся встретиться и поболтать по-монгольски, я чувствую, что у меня есть здесь брат. Сейчас в нашем хореографическом училище обучаются двое детей из Монголии, и я слежу за ними, стараюсь поддержать.

Как вы проводите свободное время в Перми?

— Я летом поступила в Академию русского балета имени Агриппины Вагановой, получаю высшее образование, хочу стать педагогом; поэтому у меня практически нет свободного времени, всё моё свободное время уходит на учёбу.

Но если всё же есть время и возможность, стараюсь ходить на оперные спектакли, на концерты. Очень большое впечатление произвела опера «Человеческий голос» с Надеждой Павловой, я под конец плакала. В прошлом сезоне я слушала Вторую симфонию Малера в исполнении musicAeterna и Курентзиса. До сих пор, когда это вспоминаю, мурашки по коже.

Ваша следующая премьера — «Жизель» в марте. Вы уже начали репетировать? Есть ли там какие-то отличия от хрестоматийной версии этого балета?

— Не хочется спойлерить, но я с большим удовольствием приступаю к этой работе.

«СИМВОЛ КРАСОТЫ И БЕЗУПРЕЧНОГО КАЧЕСТВА»



ФОТО: АНДРЕЙ ЧУНТОВ

«ЗОЛОТАЯ РОЗА» — БРЕНД, КОТОРЫЙ ЗНАЕТ В ПЕРМИ КАЖДЫЙ, КТО ИНТЕРЕСУЕТСЯ МОДОЙ И КРАСОТОЙ. ЗА ЭТИМ НАЗВАНИЕМ СТОИТ ПАРФЮМЕРНЫЙ БУТИК, САЛОН КРАСОТЫ И ДАЖЕ СОБСТВЕННОЕ ШВЕЙНОЕ ПРОИЗВОДСТВО. О 25-ЛЕТНЕЙ ИСТОРИИ БРЕНДА «ЗОЛОТАЯ РОЗА» ЖУРНАЛУ «КОМПАНИОН MAGAZINE» РАССКАЗАЛА ДИРЕКТОР И СОБСТВЕННИК КОМПАНИИ ВЕРА ДОЛГАНОВА.

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

Вера Викторовна, как появилось такое красивое и звучное название — «Золотая роза»?

— 25 лет назад мы открыли первый в Перми магазин люксовой косметики и парфюмерии. Для меня «Золотая роза» — это символ красоты, безупречного качества и той жизненной энергии, которую мы дарим нашим клиентам. Важно было, чтобы название сразу говорило о сфере, легко запоминалось и произносилось.

Многие пермяки до сих пор вспоминают, что именно у вас впервые в городе появились культовые бренды вроде Chanel, Dior, Lancôme и многие другие...

— Да, это так. Я была первым официальным представителем этих марок в Перми. Но парфюмерный бизнес с тех пор кардинально изменился. С уходом некоторых брендов открылось пространство для нового ассортимента. Кроме того, огромная часть продаж переместилась в онлайн. Поэтому я полностью изменила концепцию бутика. Теперь это место, где можно не только купить готовый аромат, но и сделать заказ на любой, даже самый редкий парфюм. Конкуренция, конечно, выросла многократно.

Помимо этого, у вас появилось швейное производство?

— Поскольку товарный знак «Золотая роза» у меня был зарегистриро-

ван, мы с супругом решили этим воспользоваться и выпускать продукцию под собственным, пермским брендом. Мы выкупили старое швейное производство, которое, кстати, ведёт свою историю от легендарного пермского Дома моделей, и полностью его модернизировали. Специализируемся на пальто и верхней одежде, а также активно шьём школьную форму.

В этом году мы сделали следующий шаг: перенесли выдачу заказов из маленького помещения при производстве в просторный зал, смежный с нашим салоном красоты. Так и родилось единое комфортное пространство бренда «Золотая роза», где все услуги сосредоточены в одном месте.

Расскажите, готовите ли вы какие-то сюрпризы для покупателей и клиентов к Новому году?

— Мы постараемся наполнить салон атмосферой праздника, радости и предвкушения волшебства. Всех наших клиентов ждут подарки и приятные сюрпризы. А в парфюмерном бутике мы объявим большие скидки на весь ассортимент! Приглашаем всех пермяков и гостей города за праздничным настроением и обновлениями!



**Пермь, ул. Ленина, 71
Тел. +7 (342) 236-88-31**



DESIGN BUREAU OKSANA KURAPINA —

МЕСТО, ГДЕ РОЖДАЕТСЯ НОВОГОДНЯЯ СКАЗКА

СТУДИЯ НА СИБИРСКОЙ, 25 В САМОМ СЕРДЦЕ ПЕРМИ УЖЕ БОЛЕЕ 10 ЛЕТ СОЗДАЁТ ВОЛШЕБНУЮ АТМОСФЕРУ ПРАЗДНИКА И ДОМАШНЕГО УЮТА. ЗДЕСЬ ТЩАТЕЛЬНО ОТБИРАЮТ ЛУЧШИЙ ДЕКОР ИЗ ИТАЛИИ И БЕЛЬГИИ: РОЖДЕСТВЕНСКИЕ ДЕРЕВЬЯ, ЁЛОЧНЫЕ УКРАШЕНИЯ, ПРЕДМЕТЫ ДЕКОРА И АРОМАТЫ ДЛЯ ДОМА.

Новогодние ели зажигают огни в студии с конца октября. Вы можете приобрести коллекции прошлых лет со скидкой или выбрать новинки и что-то уникальное из коллекций 2025–2026 годов.

Опытные дизайнеры студии, которая работает более 12 лет, помогут вписать декор в любой интерьер и подскажут, как украсить дом к празднику.

Каждый год коллекции обновляются. Европейцы любят, помимо новых коллекций, дорабатывать и развивать темы прошлых лет. Тема этого сезона — «Алиса в Стране чудес»: шахматные фигуры, ёлочные игрушки в виде причудливых грибов и другие диковинки. Также всегда есть классический красно-бело-зелёный декор и сложные цветовые решения для смелых.

Отдельный проект дизайн-студии — это винотека WINE 25. В рамках этого проекта мы подготовили тематические дополнения для подарков: миниатюрное шампанское, створки устриц, крабов и другой декор.

Особую атмосферу дому придаёт не только внешний вид, но и ароматы. В этом году итальянский бренд EDG обновил дизайн всех флаконов и баночек. К каждому аромату можно подобрать соответствующую свечу, чтобы запахи друг друга не перебивали, и расположить их на праздничном столе.

Дизайнеры красиво упакуют любой подарок при необходимости. Также можно дополнить новогодние покупки подарками из винотеки.

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ



«ДРАМАТИЧЕСКОЕ НАПРЯЖЕНИЕ И СКАЗОЧНЫЙ ЖАНР НИКОГДА НЕ ИСКЛЮЧАЮТ ДРУГ ДРУГА»



ФОТО: НИКИТА ЧУНТОВ



БОГДАН КОРОЛЁК, ПОМОЩНИК РУКОВОДИТЕЛЯ БАЛЕТА И РЕДАКТОР УРАЛ ОПЕРЫ, БАЛЕТНЫЙ СЦЕНАРИСТ, МУЗЫКАЛЬНЫЙ КРИТИК И КУРАТОР — ОБ ИСТОРИИ «ЩЕЛКУНЧИКА»

Как вы думаете, почему именно «Щелкунчик» стал главным новогодним балетом? Если основа либретто — повесть Гофмана «Щелкунчик и мышиный король», то она на это никак не претендует, но так сложилось. Почему?

— Наверное, потому что там ёлка. Если не отшучиваться, это сложный вопрос, и нужно получить ответ социологов, психологов, культурологов, театральных продюсеров. Маниакальная заикленность — любая, не только на «Щелкунчике» — это проблема. Он,

кстати, не имеет никакого отношения к Гофману. Либреттист Мариус Петипа читал французский вариант, «Историю Щелкунчика» Дюма-отца.

Какова история «Щелкунчика»? Какой была первая сценическая версия балета? Как его встретила публика?

— Это был подарок Франции, к которой Российская империя в начале 1890-х бросилась в дипломатические объятия. Директор Императорских театров Иван Всеволожский задумал вечер «в парижском духе», оперу с балетом в одном спектакле — и заказал их лучшему композитору страны, своему любимому Петру Ильичу Чайковскому. Так появились «Иоланта» и «Щелкунчик».

В балет зашито несколько популярных в то время французских песен, просто мы их уже не знаем и поэтому не слышим. Эскизы костюмов готовил сам Всеволожский, и гости на празднике были похожи на горожан времён Директории, а Щелкунчик носил красный фригийский колпак, символ Великой революции. Французская делегация до премьеры не добралась, а местная пресса отреагировала кисло, вроде «балет для тех, кто любит сладкое и не боится мышей». И ещё: «Для искусства в нём — ровно ничего».

Петипа не ставил «Щелкунчика», только написал сценарий, оставил работу Льву Иванову. Говорят, когда свой спектакль ставил Василий Вайнонен, он отчасти копировал ивановских снежинок. Версия Вайнонена самая популярная в России, но за многие

десятилетия превратилась в детскую ёлку. Потом уже в «Щелкунчика» начали загружать Гофмана и философские проблемы, но чаще всего это плохо получается — музыкальная конструкция на такую нагрузку не рассчитана. Иногда нужно проще и чуть веселее — как в прекрасном спектакле Мэтью Борна Nutcracker!

Какое хореографическое решение «Щелкунчика» считается главным, эталонным, самым классическим и почему?

— Многие проблемы в нашей культуре происходят оттого, что нас приучили назначать главное и эталонное — авторов, произведения, интерпретации. Трудно допустить, что искусство может быть разным, что у каждого художника и каждого времени свой опыт и слух и они имеют равную ценность. Требуется считать образцовым (classicus) что-нибудь одно. Тогда всё остальное становится необязательным и даже вредным, а зрители перестают думать и чувствовать сами, за них уже решили, какое искусство правильное.

Потом, в российской повседневности понятие о классическом искусстве давно подменено понятием «чтоб было как раньше». Это навязанная ностальгия по якобы прекрасному прошлому — советскому, конечно, а в советское время «классическим» было то, что сделано по дореволюционным лекалам, которые тоже тщательно выбирали: никто не писал балетов в духе «Весны священной». И об этом «как раньше» представления тоже очень



ФОТО: АНДРЕЙ ЧУНТОВ

превратные. Посмотрите, на что тратят деньги миллионы сограждан в декабре и январе. Главное, чтобы это называлось «Щелкунчик» и там была пёстрая декорация, ёлка, Маша, мыши, снежинки в пачках и принц в трико. Никого не тревожит, если декорация мягкая, а пять снежинок смертельно устали, потому что у них сороковой спектакль подряд, — тревожиться нельзя, билеты были очень дорогие. Это подделки, зато «классические».

Какую версию «Щелкунчика» можно считать самой радикальной и антиклассической? Возможно, это постановка Михаила Шемякина?

— Слово «радикальный» стало означать «мы так не привыкли»,

брак на конвейере. Оно щекошет нервы: сейчас кому-то за это прилетит! Спектакль Шемякина идёт 25 лет, к чёрным снежинкам как раз все привыкли. Там и не было ничего радикального: большая живописная феерия с танцами.

Радикальным будет не тот «Щелкунчик», в котором уберут милую куколку и выведут робота, а тот, где постановщики внимательно читаются в музыку Чайковского. Она сама довольно радикально написана, просто её слушают по инерции.

Расскажите о вашем любимом «Щелкунчике».

— Аудиозапись Российского национального оркестра, дирижёр Ми-

ЗАДНИК УКРАШАЮТ БОЛЬШИЕ СНЕЖНЫЕ ЗВЁЗДЫ — ИХ РИСУНКИ ВЗЯТЫ ИЗ ИСТОРИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ С МАКРОСЪЁМКОЙ СНЕЖИНОК

хаил Плетнёв. Это как раз хороший пример внимательного вчитывания в партитуру. Кстати, у Плетнёва есть изумительное переложение номеров из «Щелкунчика» для фортепиано. Работа ювелирного слуха.

В чём особенности пермского «Щелкунчика» в постановке Алексея Мирошниченко?

— Он пожелал передать аромат эпохи, как во всех своих спектаклях. Здесь 1890-е, время создания «Щелкунчика». Столичный Петербург, силуэт Казанского собора, уютная гостиная. Для него и художников, Альоны Пикаловой и Татьяны Ногинской, важны точные исторические и научные адреса всех деталей спектакля. Если задник украшают большие снежные звёзды — их рисунки взяты из исторического издания с макросъёмкой снежинок. И финал истории не конфетно-благодный, а драматический, что тоже важно для хореографа. Драматическое напряжение и сказочный жанр никогда не исключают друг друга.



ФОТО: АНТОН ЗАВЬЯЛОВ

В ТАЙНОЙ В. ОБНОВИЛОСЬ МЕНЮ ЗАВТРАКОВ:

ЗНАКОМЫЕ БЛЮДА — В НОВЫХ
СОЧЕТАНИЯХ И СМЫСЛАХ

В ГОРОДСКОМ БИСТРО ТАЙНАЯ В. ОБНОВИЛИ УТРЕННЕЕ МЕНЮ. КОМАНДА НЕСКОЛЬКО МЕСЯЦЕВ ПРИДУМЫВАЛА ВКУСОВЫЕ СОЧЕТАНИЯ, ТЕСТИРОВАЛА БЛЮДА С ПОСТОЯННЫМИ ГОСТЯМИ. В ИТОГЕ УБРАЛИ ЛИШНЕЕ, ДОБАВИЛИ НОВОЕ, ПРИ ЭТОМ СОХРАНИВ КЛАССИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ, КОТОРЫЕ УЖЕ ЛЮБЯТ ГОСТИ. В НОВОМ МЕНЮ ПОСТАРАЛИСЬ СОЗДАТЬ ЗАВТРАКИ, КОТОРЫЕ НЕ ТРЕБУЮТ УСИЛИЙ ВЫБОРА: НАПРИМЕР, ГОСТЬ ПОЛУЧАЕТ НЕ ПРОСТО ЯЙЦА, А УЖЕ СОБРАННОЕ БЛЮДО С НЕСКОЛЬКИМИ ВКУСАМИ И ТЕКСТУРАМИ.

«Мы хотели, чтобы человек мог не думать, а просто выбрать настроение — и получить тарелку, наполненную вкусами. Завтрак задаёт тон дню: если он был полноценным, ярким, сбалансированным, таким же будет и весь день», — рассказывают в команде.

В обновлённом меню появились блины с телятиной — вроде бы простое блюдо, но на самом деле за этим скрыта целая история, которую хочется рассказывать. Начинается всё с соуса, который подают к блинам. Он готовится на белом вине, луке, большом количестве сливочного масла и специях — кардамоне, кориандре и фенхеле. Получается лёгкий, сливочный, чуть кисловатый соус, который француз-



ские шефы называют *beurre blanc*. Он одновременно подчёркивает вкус блина (масло и блины — связка, которая знакома каждому с детства) и усиливает вкус мяса за счёт кислотности вина. Внутри блина — телятина и щедрая порция мелко нарезанных и обжаренных кабачков, моркови и сельдерея. Мирпуа даёт свежесть и сочность, так что блин получается не тяжёлым, а, наоборот, ярким, насыщенным по вкусу и при этом удивительно лёгким.

Ещё одна новинка — шакшука. Шеф долго сопротивлялся, потому что «она есть везде», но в итоге влюбился в неё сам. Соус готовится на томатах конкассе с добавлением томатов Mutti — тех самых, которые итальянцы



используют для пиццы. В Тайной В. отказались добавлять болгарский перец в шакшуку, вместо него добавили сыр в собственной пряной смеси. Блюдо можно дополнить двумя намазками в восточной стилистике: хумусом или бабаганушем. Они подаются к шакшуке по умолчанию вместе с фокаччей. Это даёт возможность менять настроение тарелки — каждый раз вкус складывается по-новому.

Также в меню появились биточки из индейки с авокадо-гриль. Блюдо придумали как способ «вернуть лето на тарелку». Индейка лёгкая и сытная, а авокадо обжаривают так, чтобы появились лёгкие нотки дыма, будто его приготовили на открытом огне



где-то за городом. Подаётся блюдо с большим количеством зелени.

«Это блюдо про полезность, про радость вкуса и про то, что можно наесться и при этом сделать себе только лучше», — говорят в бистро.

Завтраки в Тайной В. подают ежедневно: с 8:00 до 12:00 по будням, с 9:00 до 16:00 в выходные дни. При этом каждого гостя на завтраках ждёт комплимент от заведения в виде чашки фильтр-кофе с понедельника по пятницу и бокала игристого в субботу и воскресенье.

**Пермь, ул. 25 Октября, 45
Бронь столов: +7-922-344-52-04**

ИСКУССТВО ДАРИТЬ

КАК ВЫБРАТЬ ПОДАРКИ
ПО ПРАВИЛАМ ЭТИКЕТА



ТАТЬЯНА ЛАРИОНОВА, КОНСУЛЬТАНТ
ПО СВЕТСКИМ КОММУНИКАЦИЯМ
И ЭТИКЕТУ

Наравне с вечным вопросом «что надеть?» перед праздниками встаёт и другой — «что дарить?». Причём вопрос этот звучит не только в общем смысле, но и более конкретно: «а что дарить по этикету?». Ведь дарим мы подарки не только самым близким (тут, надеюсь, нет сложностей), но и приятелям, неожиданным гостям, коллегам. Бывают подарки личные, а бывают и корпоративные.

Оттого и выходит парадоксальная история: получать подарки любят все, но для большинства сам процесс их поиска и выбора (особенно если

нужно выбрать много подарков) превращается в настоящую повинность и причиняет головную боль.

Даст ли этикет точные ответы и решит ли вопрос универсального подарка? Конечно, нет. Универсального совета быть не может, ведь всё зависит в первую очередь от того, кто и кому дарит, а затем — от множества других обстоятельств и условий.

Начнём с подарков личных, не корпоративных.

«Выбранный с любовью подарок узнаётся сразу по стремлению угадать вкус адресата, по оригинальности замысла, по самой манере преподносить подарок», — говорил французский писатель Андре Моруа. И с ним трудно не согласиться. Ведь достойный подарок — это всегда про чувство, отношение и внимание. И даже не всегда про вкус, ведь у каждого он свой (а у кого-то и вовсе отсутствует).

Что может помочь при выборе подарка?

Первое, банальное и принципиальное правило — готовьте подарки заранее. Независимо от даты события, всегда держите глаза открытыми, и вы обязательно встретите нечто удивительно подходящее и нужное кому-то из вашего окружения. Чудо-находка может случиться в командировке, в путешествии, при случайном посещении магазина. И именно она станет тем самым подарком, который не придётся судорожно покупать накануне праздника.

Мой личный лайфхак: в заметках у меня есть папка «Подарки». Туда я записываю всё, что услышала от

близких в течение года, что заметила или что было слегка озвучено как желаемое. Туда же попадают внезапные мысли о том, что могло бы порадовать человека. Записываем сразу, в моменте. Это очень помогает, когда наступит день X — будь то Новый год, день рождения или другой повод. Всё просто: главное — быть внимательным.

Второе — упаковка. Да, это и стиль, и правило, и чистой воды психология. Одаряемый уже получает порцию радости, когда не сразу понимает, что внутри. Это волнующее предвкушение.

Третье — способ вручения. Не комкайте момент. Да, в кругу близких подарки чаще всего под ёлкой, для де-

ДОСТОЙНЫЙ ПОДАРОК —
ЭТО ВСЕГДА ПРО
ЧУВСТВО, ОТНОШЕНИЕ
И ВНИМАНИЕ

тей — там же от деда Мороза. Но есть и те, кому мы будем вручать подарки из рук в руки, и это, согласитесь, должно быть красиво. Не экономьте в выражении чувств и внимания. Ни при дарении, ни при получении. Радоваться как дети в моменте — лучшая рекомендация. И да, даже если подарок не по душе, тут возникает этикетный совет: изображайте радость и благодарите.

Часто спрашивают, а нужно ли открывать подарок сразу при вручении? Поверьте, универсального отве-

та опять же не будет. Всё зависит от места, людей и ситуации. Вряд ли на многолюдном мероприятии стоит об этом даже просить. Это тратит время, да и может привести к ненужным сравнениям. В иных случаях, конечно, открываем и радуемся.

Если говорить про содержание подарка, то можно отметить следующие моменты.

Не самым близким людям по общим правилам не рекомендовано дарить всё, что касается тела: парфюм, бельё и т. д. Не приветствуется и бытовая техника, предметы религиозного культа, обычная канцелярия.

Без просьбы не рекомендуется дарить сертификаты к косметологу, врачу, в спортзал. Нередко возникает вопрос, можно ли дарить деньги. Если речь идёт об очень близких людях, то здесь условности сведены к минимуму и возможно почти всё. В остальных случаях дарить деньги не стоит. Ведь подарок — это в первую очередь маркер готовности потратить время на человека и проявить заботу о нём.

Оригинальность подарка приветствуется, но требует осмысления. Юмор — понятие не единое для разных стран и поколений. Учитываем национальную специфику, пол, возраст, семейное положение. Это всё про уместность и про вашу внимательность к одаряемому.

Совет «дарите как себе», как мне кажется, тоже сомнителен. Опять же потому, что все люди разные. И если я люблю фарфор, хрусталь и традиции, то для кого-то это может быть совершенно чуждо.

Трогательные подарки «своими руками», пожалуй, уместнее от детей или от тех, кто действительно умеет что-то создавать руками.

А можно ли считать книгу лучшим подарком? Это вполне универсальное решение, но есть нюансы. Книга о чём? Про праздник, историю игрушек, ёлки? А если человека эти темы совсем не интересуют? Возможно, он любит книги о моде, ювелирном искусстве, балете — и у него уже есть внушительная коллекция. Кроме того, если вы не разбираетесь в теме, трудно будет оценить, хороша ли выбранная книга.

Что касается подарков с новогодней атрибутикой — здесь нужно выбирать очень тонко. Лучше выбрать такие вещи, которые после праздников не отправятся в утиль, а останутся в коллекции или станут приятным воспоминанием.

Как видите, чтобы сделать хороший подарок, всё равно потребуются внимание.

Вам всегда поможет насмотренность и умение ценить качество. К примеру, я считаю, что лучше выбрать фарфор Императорского фарфорового завода или Дулёво, чем приобрести сомнительный Fine Bone China или New Bone China из Kuchenland или похожих магазинов (ничего не имею против них в целом, выбор у каждого свой). Цена может быть сопоставимой, но на одной чаше весов — качество, история и возможность передавать вещь из поколения в поколение, а на другой — ну, сами понимаете. Для справки: в таких названиях China это не указание на стра-



ЕСТЬ ТЕ, КОМУ МЫ БУДЕМ
ВРУЧАТЬ ПОДАРКИ
ИЗ РУК В РУКИ, И ЭТО
ДОЛЖНО БЫТЬ КРАСИВО

ну, это «фарфор», Bone — «костяной», New — является самым простым типом фарфора, в котором костяная смола заменяется искусственным синтетическим аналогом.

Похожий пример: хрустальные ёлочные игрушки Гусевского хрустального завода можно приобрести по цене китайского масс-маркета. И это не только про качество, но и про смыслы.

И ещё о стоимости подарка. Будьте внимательны в этом вопросе. Иногда очень дорогой подарок, особенно для не самого близкого человека, может поставить одаряемого в неловкую ситуацию. Особенно в Новый год, когда подарки — это встречающая история.

А можно ли передаривать подарки? В нашей стране этот вопрос очень

индивидуальный. Если уж и делать это, то крайне аккуратно и с расчётом на то, что подарок, сделав круг, не вернётся к дарителю. В Америке, например, к этому относятся проще. Там считается практичным дарить подарки с приложенным чеком, поэтому после Рождества в магазинах выстраиваются длинные очереди из тех, кто хочет сдать неподошедшее.

И пара слов о корпоративных подарках.

Скажем честно, достойный корпоративный подарок — это редкость. Здесь сразу возникает много условий: подарок должен транслировать ценности компании, отношение к одаряемому, а в идеале — ценности общества и страны в моменте.

Я знаю компании, где целые отделы занимаются темами и формированием корпоративных подарков разных уровней значимости. И это почти всегда 100 из 100: идея, стиль, оригинальность. Правда, таких компаний крайне мало. Чаще мы видим что-то клишированное и стандартное. Я очень надеюсь, что эра настенных календарей, ежедневников, кружек и ручек с логотипами компаний ушла в прошлое. Так ведь? Или вы любите писать ручкой с надписью «ООО «Ромашка»?

Мой совет: будьте креативны. Старайтесь избегать банальностей. Считывайте тренды. Да, шампанское, набор конфет, чай или кофе подарить можно всегда. Но вряд ли такой подарок запомнят. Возможно, его даже передарят. Вы не выделитесь, но, конечно, и не прогадаете.

СОЗДАВАЙТЕ РЕПУТАЦИЮ, НАЧИНАЯ С АДРЕСА

Выбирайте офисы А-класса и апартаменты с панорамными видами на Каму в новом деловом центре на набережной

UDS КОМПАНИЯ
ДЕВЕЛОПЕР

БИЗНЕС-ПАРК

ГОГОЛЬ



Застройщик ООО «Аквавита», ИНН 1832154212. Разрешение на строительство № 59-RU903030000-158-2021 от 12.10.2021. Денежные средства граждан (участников долевого строительства) для строительства жилья не привлекаются. Агент по продажам ООО «УДС-Проект», ИНН 1841069965, г. Пермь, ул. Советская, 65а, офис UDS, тел. +7 (342) 258-22-28. Реклама. Не оферта.



Сайт



Видео
о проекте

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К КРАСОТЕ И ЗДОРОВЬЮ

КЛИНИКА ЭСТЕТИЧЕСКОЙ КОСМЕТОЛОГИИ И ЗДОРОВЬЯ «БЬЮТИМЕД» 12 НОЯБРЯ 2025 ГОДА ОТКРЫЛА НОВУЮ СТРАНИЦУ СВОЕЙ ИСТОРИИ! ТЕПЕРЬ ЛУЧШИЙ МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР ПЕРМИ, ПО ВЕРСИИ НАРОДНОЙ ПРЕМИИ 59.RU, ПРИНИМАЕТ ПАЦИЕНТОВ В ПРЕМИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ НА ТРЁХ ЭТАЖАХ МФК «МОСКВА» ПО АДРЕСУ УЛ. ПЕРМСКАЯ, 33.

Из уютного пространства на 200 м² «БьютиМед» превратилась в большую и современную клинику площадью 1000 м², миссия которой — создавать здоровую красоту и высокое качество жизни. Этот подход рождается из профессионализма и философии команды клиники — высококвалифицированных специалистов со средним профессиональным стажем 18 лет!

Клиника работает в нескольких направлениях: от аппаратной и инъекционной косметологии до лечебно-

эстетической гинекологии и онкодерматологии.

Ключевое преимущество клиники «БьютиМед» — крупнейший в Перми парк самого современного оборудования из 30 инновационных аппаратов, которые позволяют комбинировать до четырёх процедур в рамках одного визита и решать эстетические задачи любой сложности!

С открытием нового пространства в клинике «БьютиМед» появились сразу четыре новых инновационных

аппарата, которые выводят заботу о красоте и здоровье пациентов на совершенно новый уровень:

■ Аппарат цифровой дерматоскопии (исследование родинок) и картирования тела **FotoFinder** — это инновационная и высокотехнологичная система, которая использует возможности искусственного интеллекта для раннего выявления рака кожи. FotoFinder проводит детальную фотосъёмку всей поверхности кожи, увеличивая изображение до 140 раз и соз-

давая персональную «карту родинок». Полученные данные надёжно сохраняются в базе, что позволяет сравнивать результаты и точно отслеживать любые изменения новообразований в динамике. Система FotoFinder позволяет обнаруживать подозрительные родинки и злокачественные опухоли кожи даже на самых ранних стадиях, тем самым сохраняя здоровье, а порой — жизнь!

■ **Sylfirm X** — первый в мире аппарат игольчатого RF-лифтинга, который помогает получить тот самый эффект дорогой, ухоженной, «холодной» кожи, о котором мечтают многие. Уникальность аппарата заключается в том, что он работает по запатентованной технологии с использованием двух видов радиочастотных импульсов, за счёт чего Sylfirm X способен не только подтягивать кожу (сокращать кожный лоскут), воздействовать на подкожно-жировую клетчатку, но и оказывать терапевтический эффект — работать с сосудистыми нарушениями (купероз, розацеа) и сокращать выраженность гиперпигментации и акне (воспаления). Помимо коррекции дефектов кожи и возрастных изменений, данная методика эффективна в работе с растяжками (стриями) и шрамами (рубцами). Процедуры на аппарате Sylfirm X можно проводить по всему телу и лицу, даже в самых нежных зонах, например на подвижных веках или висках.

■ **NeoGen** — современный запатентованный аппарат, не имеющий аналогов в мире. Он использует технологию холодной плазмы для безо-



пасного эффективного омоложения и лечения кожи, не нарушая её целостности, а также стимулирует выработку коллагена и эластина. Аппарат борется с пигментацией, акне, воспалениями, возрастными изменениями и способствует прекрасному лифтинг-эффекту, по качеству сравнимому лишь с хирургическим вмешательством. Ещё одно преимущество NeoGen — возможность проведения безоперационной блефаропластики. Аппарат идеально подходит для всех типов кожи, обладает минимальным временем восстановления и не вызывает боли или дискомфорта.

■ **EMFACE** — первая и единственная в России революционная методика лифтинга и моделирования лица, которая одновременно воздействует на кожу, соединительные ткани и мимические мышцы. Процедура EMFACE выполняется с помощью аппарата,

сочетающего радиочастотную энергию и электромышечную стимуляцию. Два метода работают синхронно для укрепления мышц, коррекции овала и подтяжки кожи. Радиочастоты мягко нагревают ткани, стимулируя выработку коллагена. В это время электрические импульсы заставляют мускулатуру сокращаться, вследствие чего контур становится более чётким. В результате пациент получает омоложение неинвазивным способом: наблюдается заметный лифтинг-эффект, уменьшение морщин, восстановление тонуса и упругости кожи, улучшение работы лицевых мышц-леваторов. EMFACE — идеальный выбор для тех, кто против инъекционных процедур: методика создаёт эффект, сравнимый с ботулотоксином и филлерами.

В мире, где стремление к красоте порой превращается в гонку за идеалами, а за красивыми обещаниями скрывается шаблонный подход, клиника «БьютиМед» остаётся местом, где не навязывают, а слышат, не просто преображают внешность, а поддерживают внутреннюю уверенность. Сделайте шаг к заботе о себе с клиникой эстетической косметологии и здоровья «БьютиМед»!



Пермь,
ул. Пермская, 33
(МФК «Москва»)
Тел. +7 (342) 264-00-15



В КЛИНИКЕ «БЬЮТИМЕД» ПОЯВИЛИСЬ СРАЗУ ЧЕТЫРЕ НОВЫХ ИННОВАЦИОННЫХ АППАРАТА, КОТОРЫЕ ВЫВОДЯТ ЗАБОТУ О КРАСОТЕ И ЗДОРОВЬЕ ПАЦИЕНТОВ НА СОВЕРШЕННО НОВЫЙ УРОВЕНЬ

ВОЗМОЖНЫ ПРОТИВПОКАЗАНИЯ. ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ
ВОЗМОЖНЫ ПРОТИВПОКАЗАНИЯ. ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

ЗИМНЕЕ ТЕПЛО «НАИРИ»

В ЦЕНТРЕ ПЕРМИ ЗА СПИНОЙ СКАЗОЧНОГО ГРИФОНА ПРЯЧЕТСЯ МИР КАВКАЗСКОЙ КУХНИ И НАСТОЯЩЕГО ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ПРАЗДНИКА

Ресторан «Наири» — парадоксальное сочетание противоположностей, которые кажутся несовместимыми, но в единении играют новыми красками.

Здесь светлый, прозрачный, минималистичный интерьер, дополненный сложной резьбой по камню в национальном армянском стиле. Здесь в общем зале на 100 мест можно выбрать собственную комфортную среду благодаря зонированию — климатическому и звуковому, а можно остаться в уединении благодаря раздвижным драпировкам.

ЗИМНЕЕ ПРАЗДНИЧНОЕ МЕНЮ В «НАИРИ» — ЭТО ВКУС, КОТОРЫЙ МАНИТ СОБРАТЬСЯ ЗА СТОЛОМ, ЭТО ТЕПЛО, КОТОРОЕ ПРЯЧЕТСЯ В ТАРЕЛКЕ, ЭТО СВЕТ В БОКАЛАХ И АРОМАТЫ КУХОННОЙ МАГИИ

Кухня — по-кавказски щедрая и по-современному стильная. Вековые традиции приготовления блюд трансформируются авторским подходом шеф-поваров и современными кулинарными технологиями. Здесь можно заказать мясо с мангала — быстрое, горячее, энергичное, а можно — мясо су-вид, которое сутками маринавалось и томилось при низкой температуре.

В создании меню ресторана участвуют два шефа, и их работа напоминает парный танец, где нет ведущего и ведомого, а есть творческое партнёрство. Бренд-шеф Маруся — международная звезда, знаток кавказской кухни, креативный центр нескольких федеральных гастрономических проектов. Шеф Алишер — ветеран «Наири», работающий в ресторане с дня открытия, мастер с огромным опытом.

Результат их совместного творчества — особое меню, в котором каждые три месяца появляются сезонные специалитеты. Зимнее меню «Наири» — тёплое и праздничное; «праздник» — его определяющее понятие, его сезонный акцент. Это меню располагает к семейному застолью, наполнен-



ному любовью, улыбками, воспоминаниями и мечтами о будущем. Под эти блюда хорошо долго разговаривать, делиться итогами года и строить планы.

Зимнее праздничное меню в «Наири» — это вкус, который манит собраться за столом, это тепло, которое прячется в тарелке, это свет в бокалах и ароматы кухонной магии.

В зимнем предложении «Наири» — легендарный хаш, который подаётся с ассорти острых закусок; домашний печёночный паштет с поджаренным круассаном и белой черешней; знаменитое оссобуко. Говядина и баранина доставляются в ресторан из Армении по воздуху, и их свежий, насыщенный вкус ни с чем не перепутать.

Среди сезонных предложений — запечённое седло барашка в бархатном винном соусе, гастрономическая партитура, где главную партию исполняет сочное мясо. Снаружи — идеальная золотисто-коричневая корочка, хранящая жар печи и душистый букет специй. Внутри — розовая сочная мякоть, тающая на языке, освобождая чистый, благородный вкус мяса молодого барашка.

Приготовление винного соуса — истинная поварская магия. Глубокий, насыщенный, он готовится на основе отборного красного вина, которое выпаривается до состояния густого сиропа, вбирая в себя сок от запекания. Бархатный соус обволакивает каждый кусочек мяса, дополняя, но не перебивая его, создавая незабываемый, многогранный и изысканный вкусовой ансамбль.

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ



Седло барашка подаётся в ансамбле с ачар-пловом — легендарным гарниром из полбы, который так эффектно смешивается с соусом, пропитываясь им.

Не только в специальном предложении, но и в базовом меню названия блюд звучат, как песня: хашлама, чашушули, тжвжик, чакапули, кучмачи, абхазура, пхалеули... Даже произносить их вкусно! Домашние закуски и свежая выпечка — непременно и очень разнообразные элементы застолья.

«Наири» — это вкус подлинности. Это честная, свежая, мощная кулинарная традиция в стильном, современном исполнении.

А ещё «Наири» — это воплощение гостеприимства. Большие, щедрые

порции, приветливое, предупредительное и быстрое обслуживание, искреннее и ненавязчивое внимание к каждому гостю.

Очень кавказское и очень пермское место... За отреставрированным фасадом старинного пермского особняка скрывается грифон — страж входа в «Наири», загадочный и полный достоинства; а за его спиной — тёплый мир праздничного застолья. Даже простой обед в «Наири» — это праздник, а уж настоящий праздник — это событие, которое запомнится навсегда.



**Пермь,
ул. Советская, 67**

ГОТОВ К 2026: ЧТО НУЖНО УМЕТЬ, ЧТОБЫ НЕ ОКАЗАТЬСЯ НА ОБОЧИНЕ

СОВРЕМЕННЫЙ МИР ТЕХНОЛОГИЙ РАЗВИВАЕТСЯ С НЕВЕРОЯТНОЙ СКОРОСТЬЮ. ЧТОБЫ ОСТАВАТЬСЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫМ И УСПЕШНО СТРОИТЬ КАРЬЕРУ, УЖЕ НЕДОСТАТОЧНО ПРОСТО ХОРОШО ВЫПОЛНЯТЬ СВОИ ТЕКУЩИЕ ОБЯЗАННОСТИ. УСПЕХ В 2026 ГОДУ БУДЕТ ОПРЕДЕЛЯТЬСЯ СПОСОБНОСТЬЮ К НЕПРЕРЫВНОМУ ОБУЧЕНИЮ И УМЕНИЕМ РАБОТАТЬ С НОВЕЙШИМИ ИНСТРУМЕНТАМИ И ГАДЖЕТАМИ.



ИЛЬЯ РАСТОРГУЕВ, ЛИДЕР
СООБЩЕСТВА MORION DIGITAL
ПО ИСКУССТВЕННОМУ ИНТЕЛЛЕКТУ
AI HUB, ТЕХНИЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР
NEUROSELL & VIRTON AI

НЕЙРОСЕТИ ПОМОГАЮТ
АВТОМАТИЗИРОВАТЬ
ОБРАБОТКУ БОЛЬШИХ
ОБЪЕМОВ ИНФОРМАЦИИ,
СОЗДАВАТЬ КОНТЕНТ,
ПРОГРАММИРОВАТЬ
И ДАЖЕ РАЗВИВАТЬ
ЛИЧНУЮ
ПРОДУКТИВНОСТЬ

ПОЧЕМУ 2026 — ЭТО НЕ ПРОСТО «ЕЩЁ ОДИН ГОД»

По оценкам World Economic Forum (WEF), за ближайшие годы технологии — от искусственного интеллекта (ИИ) до роботизации, автоматизации и новых форм цифрового взаимодействия — трансформируют бизнес, экономику и даже повседневную жизнь. Искусственный интеллект перешёл из стадии экспериментов в фазу массового внедрения, автоматизируя рутину и становясь повседневным помощником.

Одновременно с этим после рекордного числа кибератак на первый план выходит кибербезопасность, делая защиту данных критически важной для бизнеса любого масштаба. Кроме того, компании всё чаще предпочитают не искать готовых специалистов на стороне, а «выращивать» их внутри организации, вкладываясь в обучение и развитие собственных сотрудников.

В такой динамичной среде тот, кто не находится в непрерывном движении, рискует быстро потерять свою актуальность.

Ориентируясь на эти тренды, можно выделить конкретные технологии и инструменты, владение которыми станет вашим главным конкурентным преимуществом.

КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ

Искусственный интеллект и машинное обучение

Владение ИИ-инструментами становится обязательным не только для IT-специалистов, но и для представителей самых разных профессий — от маркетологов и финансистов до врачей и педагогов. Нейросети помогают автоматизировать обработку больших объёмов информации, создавать контент, программировать и даже



развивать личную продуктивность. Станьте повседневным пользователем таких инструментов, как **ChatGPT** и **DeepSeek** для генерации текстов и анализа данных.

Облачные технологии и DevOps

Они уже стали новой нормой для развёртывания и управления IT-инфраструктурой. Ожидается, что к 2026 году навыки работы с **AWS (Amazon Web Services)** и **Google Cloud** будут одними из самых востребованных. Тесно связана с облачными технологиями и культура **DevOps**, которая объединяет разработку и эксплуатацию для ускорения выпуска программного обеспечения. Освойте инструменты для автоматизации процессов, такие как **Docker** и **Kubernetes** для контейнеризации, **Jenkins** или **GitLab** для настройки правил работы **CI/CD** (непрерывная интеграция и доставка контента).

Кибербезопасность

С ростом цифровизации риски кибератак и утечек данных только увеличиваются. Спрос на специалистов, способных выстраивать системы защиты, будет только расти. Помимо глубоких технических знаний в области сетевых технологий и шифрования, важны навыки проведения пентестов (тестов на проникновение) и расследования инцидентов. Для начала карьеры в этой сфере полезно разобраться с такими концепциями, как **этичный взлом** и **управление рисками**, а также изучить соответствующие фреймворки (например, NIST, GDPR).

Работа с данными

Данные называют «новой нефтью», и умение с ними работать остаётся критически важным навыком. **Data Scientist** (дата-сайентист) помогает компаниям находить закономерности в больших объёмах информации, строить прогнозы и принимать обоснованные бизнес-решения. Для этого потребуется владение языками программирования **Python** и **R**, умение взаимодействовать с базами данных и знание статистики.

Новые реальности: VR/AR и блокчейн

Технологии **виртуальной (VR)** и **дополненной (AR)** реальности перестают быть нишевыми и находят применение в обучении, медицине, промышленности и развлечениях. Специалисты, умеющие работать с XR-приложениями, будут открывать для себя новые рынки.

Блокчейн также вышел далеко за рамки криптовалют и теперь используется для управления цепочками поставок, подтверждения подлинности документов и создания децентрализованных приложений (dApps). Понимание основ этой технологии и навыки смарт-контракт-разработки (например, на языке **Solidity**) будут высоко цениться.

Платформы для совместной работы

Figma продолжает задавать стандарты для командной работы в дизайне, а **Notion** стал универсальным инструментом для структурирования

информации, управления проектами и ведения заметок.

Инструменты для обучения и развития (L&D)

Компании всё активнее используют платформы вроде **360Learning** или **Docebo** для внутреннего обучения сотрудников. Эти системы позволяют проходить курсы, отслеживать прогресс и закрывать пробелы в навыках. Навык самообучения с помощью онлайн-курсов и интерактивных платформ становится метанавыком, обеспечивающим постоянное развитие.

ТЕХНОЛОГИИ
ВИРТУАЛЬНОЙ (VR)
И ДОПОЛНЕННОЙ (AR)
РЕАЛЬНОСТИ ПЕРЕСТАЮТ
БЫТЬ НИШЕВЫМИ
И НАХОДЯТ ПРИМЕНЕНИЕ
В ОБУЧЕНИИ, МЕДИЦИНЕ,
ПРОМЫШЛЕННОСТИ
И РАЗВЛЕЧЕНИЯХ

А КАКИЕ НАВЫКИ БУДУТ ВОСТРЕБОВАНЫ В 2026?

Сейчас компании всё больше стремятся на выращивание и наём так называемых T-shaped (мульти-) специалистов, которые сочетают в себе несколько направлений. Самые востре-

бованные из навыков включают в себя то, что связано с быстрой обучаемостью и пластичностью мышления.

Цифровая грамотность и технологическая гибкость:

■ Базовое понимание цифровых инструментов, платформ, умение работать с новыми программами, сервисами, облачными системами.

■ Готовность быстро осваивать новые технологии, гаджеты, интерфейсы — без страха быть «старпёром», не поспевающим за временем.

Навыки работы с данными, ИИ и автоматизацией:

■ Знание принципов работы с большими данными, умение анализировать, визуализировать, делать выводы.

■ Умение взаимодействовать с системами, которые используют ИИ: понимать возможности и ограничения, использовать результат, принимать решения на основе данных, правильно формулировать промпты.

■ Знание современных подходов к автоматизации, DevOps, облачным решениям и другим «инструментальным» навыкам цифровой эпохи.

Системное и критическое мышление, способность решать комплексные задачи:

■ Умение видеть взаимосвязи, понимать, как изменения в одной части системы влияют на другие части. Это мышление системами — ценность, когда всё «цепляется» и «встраивается».

■ **Критическое мышление** — способность фильтровать информацию, анализировать, формировать собственное мнение и принимать решения на основе разума, а не только эмоций или моды.

Гибкость, адаптивность и готовность учиться всю жизнь:

■ **Гибкость** — не просто способность подстроиться, а умение видеть смысл в переменах, перестраиваться, быть комфортным в условиях неопределённости.

■ **Пожизненное обучение**, постоянное развитие. Согласно WEF, любознательность и навык непрерывного обучения остаются одними из ключевых.

ГАДЖЕТЫ, КОТОРЫЕ ТОЧНО ПРИГОДАТСЯ

В 2026 году гаджеты также станут умными и незаметными помощниками, которые будут превосходить ваши действия и брать на себя рутину. Они перестанут быть просто устройствами с экранами, превратившись в интуитивных посредников между вами и миром искусственного интеллекта.

Смартфоны останутся нашим главным цифровым компаньоном, но их ИИ-функции станут не просто дополнением, а ядром всех процессов.

■ **Проактивность и персонализация.** Устройства, такие как Samsung Galaxy S25 Ultra и Google Pixel 10 Pro,

будут использовать ИИ для предоставления информации и помощи без запроса — от утренних дайджестов до напоминаний о встречах с учётом пробок.

■ **Творчество и коммуникация.** Apple iPhone 17 Pro позволит генерировать уникальные эмодзи (Genmoji) и изображения прямо в чатах, а также предлагать умные инструменты для письма.

«**СМАРТФОНЫ ОСТАНУТСЯ НАШИМ ГЛАВНЫМ ЦИФРОВЫМ КОМПАЬОНОМ, НО ИХ ИИ-ФУНКЦИИ СТАНУТ НЕ ПРОСТО ДОПОЛНЕНИЕМ, А ЯДРОМ ВСЕХ ПРОЦЕССОВ**

Появятся **новые классы устройств**, предназначенные для конкретных сценариев взаимодействия с ИИ.

■ **Компактные ассистенты.** Устройства формата «пин», которые можно прикрепить к одежде, или умные колонки без дисплея, над которыми работают OpenAI совместно с дизайнером Джони Айвом. Их цель — стать менее навязчивой альтернативой смартфонам для бытового общения с ИИ.

■ **Помощники для рутины.** Гаджеты, подобные Rabbit R1, будут специализироваться на автоматизации скучных задач: заказ такси, составление списков покупок или сортировка почты.

Главным трендом станет интеграция ИИ в привычные предметы, чтобы технологии не отвлекали, а помогали.

■ **Цифровой детокс.** В ответ на «цифровую усталость» появятся гаджеты в ретро-стиле, например раскладушки с голосовым помощником, но без доступа к соцсетям. ИИ будет работать в фоне, делая жизнь проще, не требуя постоянного внимания к экрану.

■ **Умный дом 2.0.** Такие устройства, как Google Nest, эволюционируют от простого поддержания температуры до полноценных энергоменеджеров. Они будут анализировать ваши привычки, погоду и тарифы на электричество, чтобы включать отопление в самый экономичный момент.

Мир 2026 — это не «технический или гуманитарный». Он требует гения гибридов — тех, кто может одновременно думать алгоритмами и чувствовать людей; тех, кто умеет настраивать ИИ и слышать, что человек хочет сказать. Это умение «перепрыгивать» между кодом и эмпатией, между цифрами и чувствами, между автоматизацией и человечностью. Даже Udemy отмечает, что, несмотря на бум курсов по ИИ, навыки вроде критического мышления и устойчивости остаются на вес золота.



ТРАНСФОРМИРУЕМОЕ СОБЫТИЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО В MORION DIGITAL

Конференц-зал | Холл с ресепшен | Переговорные | Выход на аллею технопарка

Зал оснащён для фестивалей и форумов четырьмя LED-экранами, системой для видеотрансляций и сценическим светом. Площадка имеет ворота для ввоза экспозиций и умный свет.





ПРИВИЛЕГИИ ДЛЯ БУДУЩЕГО

НЕСОМНЕННО, ДЕНЬГИ ДЕЛАЮТ ЖИЗНЬ КОМФОРТНЕЕ, НО ОДНОГО ИХ НАЛИЧИЯ НЕДОСТАТОЧНО — ФИНАНСЫ ДОЛЖНЫ РАБОТАТЬ. УСПЕШНЫЕ ЛЮДИ ЗНАЮТ, ЧТО СРЕДСТВАМИ НУЖНО УПРАВЛЯТЬ С УМОМ, И ТОГДА ДАЖЕ С ПОМОЩЬЮ БАНКОВСКОЙ КАРТЫ МОЖНО СДЕЛАТЬ ВЫГОДНЫЕ ВЛОЖЕНИЯ В СВОЁ БУДУЩЕЕ И БУДУЩЕЕ СВОИХ ДЕТЕЙ.

ТЕМ, КТО ЦЕНИТ СВОИ СРЕДСТВА

Для премиальных клиентов, которые заинтересованы в эффективном управлении своими финансами, ПСБ разработал специальный пакет услуг — «ПСБ Элемент», который постоянно совершенствуется, предлагая всё более интересные условия.

Так, для получения максимальной выгоды роз-оборот снижен до 300 тыс. руб., а максимальные раз-

мер и сумма кешбэка увеличились до 7% от суммы любых платежей и до 100 тыс. руб. в месяц соответственно. При этом клиенту не нужно выбирать категории кешбэка. Более того, в рамках программы лояльности для клиента предусмотрена компенсация расходов на такси и каршеринг — в год сумма может достигать до 25 тыс. руб.

Для тех, кто предпочитает ожидать авиаперелёты с комфортом, предусмо-

трен сервис On Food, возмещающий часть трат на оплату счёта в ресторанах аэропортов России в размере до 30 тыс. руб. в год. С картой MIR Supreme можно также получать кешбэк до 5 тыс. руб. ежемесячно в ресторанах премиум-класса страны.

С сервисом On Pass Premium в рамках Mir Pass для клиентов банка открыт неограниченный доступ в бизнес-залы аэропортов и железнодорожных вокзалов России. Держатели

пакета «ПСБ Элемент» всегда могут рассчитывать на консьерж-сервис, который обеспечит персональные консультации и исполнение запросов в режиме 24/7.

Таким образом, максимальный размер кешбэка за год может составить 1 млн 255 тыс. руб. — на сегодняшний день это одно из лучших предложений на рынке Private Banking.

Для держателей пакета «ПСБ Элемент» доступны эксклюзивные металлические карты MIR Supreme Metal со всеми привилегиями платёжной системы, причём в пакет услуг входит бесплатный выпуск двух дополнительных карт, платёжного стикера и до шести карт для членов семьи. А вместе с ними клиенты получают возможность снимать в банкоматах до 25 млн руб. в месяц по основной карте, в рамках сервиса «Мастер переводов» бесплатно переводить до 25 млн руб.

Кроме того, в обновлённый пакет услуг «ПСБ Элемент» в расчёт комплексного базового обслуживания включена стоимость портфеля ценных бумаг клиента, приобретённых им по договору о брокерском обслуживании в банке. Добавим также, что доступ к линейке VIP-продуктов и привилегиям может получить вся семья и до трёх доверенных лиц клиента.

КОГДА ГАРАНТ — ГОСУДАРСТВО

Утверждение о том, что деньги должны работать, давно стало аксиомой. ПСБ предлагает своим клиентам

воспользоваться широкой линейкой традиционных банковских вкладов на гибких условиях, а также одними из самых надёжных финансовых инструментов в России, в которые можно вложить деньги. Речь в данном случае идёт об облигациях федерального займа (ОФЗ) — долговых ценных бумагах, которые выпускает Министерство финансов РФ.

Приобретая ОФЗ, клиент фактически одалживает деньги государству, а взамен получает право на регулярные процентные выплаты (купоны) и возврат номинальной стоимости облигации.

Ставку доходности по ОФЗ, которая зависит в том числе от ключевой ставки Центробанка и прогнозов её изменения в краткосрочном и долгосрочном периодах, определяет Правительство РФ.

По доходности облигации сравнимы с доходами по традиционным вкладам, а в долгосрочной перспективе являются даже более выгодными. Польза от ОФЗ очевидна для всех — государство получает средства на развитие, а инвестор с помощью данного инструмента приумножает свой капитал.

Стоит отметить, что ОФЗ уступают по доходности корпоративным облигациям и акциям частных компаний, но в их надёжности сомневаться не приходится, ведь гарантом выступает само государство, поэтому и кредитный риск у ОФЗ значительно ниже.

Также среди преимуществ этого инвестиционного инструмента — низкий порог входа и высокая ликвид-

ность: актив можно быстро продать или купить. В числе плюсов и широкий выбор ОФЗ: можно выбрать наиболее подходящие ставки, сроки погашения, графики выплат и т. д.

Виды ОФЗ:

■ **Краткосрочные** — срок погашения до трёх лет. Подходят для консервативных инвесторов, которые хотят минимизировать риски и быстро вернуть вложенные средства.

■ **Среднесрочные** — срок погашения до пяти лет. Это более доходная альтернатива краткосрочным ОФЗ и менее рискованная — долгосрочным.

■ **Долгосрочные** — срок погашения свыше пяти лет. Инструмент для длительного инвестирования, когда важно зафиксировать доходность. Их можно использовать и в спекулятивных целях, когда снижаются ставки на новые выпуски — в этом случае старые ОФЗ с фиксированным процентом растут в цене.

Добавим, что ПСБ предлагает и дополнительные возможности инвестирования, в том числе — флоутеры, структурные и замещённые облигации, облигации российских компаний, выпущенные в валюте, и акции частных компаний.



Пермь, ул. Ленина, 58
8-800-700-33-30

(для звонков по России)
Тел. +7 (342) 210-34-12
(для звонков в Перми)

ЖАР-ПТИЦА ПРИЛЕТЕЛА В ПЕРМЬ



ГРАДСОВЕТ ПЕРМСКОГО КРАЯ ОДОБРИЛ АРХИТЕКТУРНЫЙ ПРОЕКТ ЗАСТРОЙКИ «ПЕРМЬ-СИТИ» — ДЕЛОВОГО КВАРТАЛА В РАЙОНЕ УЛ. ЛОКОМОТИВНОЙ. РЕАЛИЗОВЫВАТЬ ЕГО В РАМКАХ КРТ БУДЕТ КОМПАНИЯ «КОРТРОС-ПЕРМЬ».

Из трёх предложенных концепций градсовет единогласно выбрал предложение Valode & Pistre. При создании проекта архитекторы V&P отталкивались от сказочного образа жар-птицы, яркого и запоминающегося. Основными элементами, от которых отталкивались архитекторы, стал балет «Жар-птица», а также образ дуговой сварки, изобретённой Славяновым. Именно поэтому часть зданий в проекте представлена в красном цвете и по форме напоминает крылья сказочной жар-птицы.

Марина Дунаева,
генеральный директор V&P:

— Наша концепция — это проект на стыке искусства и технологий, который уходит корнями в историю Пермского края.



НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

Проект включает в себя бизнес-центры, прилегающий к ним технопарк, гостиницу с бассейном, конференц-зал, ресторан со смотровой площадкой. Высота здания превысит 105 метров. Предусмотрен парящий мост, связывающий МФК с улицей Локомотивной и новой спортивной ареной. По замыслу архитекторов, крылья жар-птицы обрамляют внутренний парк, предназначенный для отдыха, прогулок, летних активностей на террасах. Разработчики постарались спроектировать комплекс таким образом, чтобы сохранить уникальные виды на город, реку Каму, Черняевский лес и внутренний парк. А яркий силуэт нового комплекса переменной этажности также будет виден из разных точек города.

Анатолий Маховиков,
генеральный директор
«КОРТРОС-Пермь»:

— Выбор проекта с помощью архитектурного конкурса позволяет найти наиболее удобное и комфортное решение. Привлечённые к созданию концепции архитектурные бюро представили совершенно разные проекты, каждый из которых хорош по-своему.



Сегодня «КОРТРОС-Пермь» работает над тремя крупными проектами комплексного развития территорий в Перми со сроком реализации около 10 лет.



АННА БОЛЬЯРОВА

ДЕРЖАТЕЛИ СТИЛЯ

ЗАЧЕМ НУЖНЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ И КАК ОНИ МОГУТ ОСТАНОВИТЬ ОТТОК ЖИТЕЛЕЙ ИЗ МАЛЫХ ГОРОДОВ



С РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА МНОГИЕ МАЛЫЕ ГОРОДА СТРАНЫ ОБРЕТАЮТ «ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ»: НЕКОГДА ДЕПРЕССИВНЫЕ ТЕРРИТОРИИ СТАРАЮТСЯ НАЙТИ НОВЫЕ ТОЧКИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ, СТАТЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ ДЛЯ ПОСЕЩЕНИЙ И ДЛЯ РАБОТЫ. ЖУРНАЛ «КОМПАНИОН MAGAZINE» ПОГОВОРИЛ С СОСНОВАТЕЛЯМИ БРЕНДИНГОВОГО АГЕНТСТВА LEVEL DESIGN COMMUNICATIONS АРТУРОМ ТУГУМОВЫМ И ЛЕНОЙ БЕРЛИН О ТОМ, ЗАЧЕМ МАЛЫМ ГОРОДАМ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ И КАК ОНИ ВЛИЯЮТ НА ЖИЗНЬ ЛЮДЕЙ, ПРОЖИВАЮЩИХ ТАМ.

Над брендингом каких территорий работал Level?

Артур Тугумов:

— У нас есть несколько кейсов на эту тему, но как наиболее характерные можно выделить четыре. Наверное, самый известный и отмеченный профессиональными наградами — это айдентика Чердыни, который мы сделали в 2011–2012 годах. Потом была большая работа для Чусового в 2017 году. С того момента мы периодически дорабатываем и развиваем этот фирменный стиль, продолжаем делать своего рода суббренды для мероприятий, городских социокультурных программ, отдельных событий, добавляя разные сюжеты.

В этой же категории — бренд, который мы создавали для музея-заповедника «Усолье Строгановское». Поскольку он именуется по городу, топониму, который и есть один большой музейный комплекс, то он тоже попадает в эту категорию.

В начале этого года мы сделали айдентiku к 100-летию Коми-Пермяцкого автономного округа. Плюс у нас есть смежные проекты, которые невозможно жёстко классифицировать как брендинг территорий. Самый известный из них — проект, который получил в 2011 году Гран-при конкурса маркетинга территорий «Золотой кулик», — это «Мода на мозги» (*проект рекламировал знания и привлекал молодёжь в науку. — Ред.*). Он был больше коммуникационный, чем брендинговый, многосоставный, с разными участниками, поэтому мы его должны немного вынести за скобки.



Прошло 13 лет, а Чердынь по-прежнему использует айдентiku, которую вы придумали. Вы были одними из первых в Перми, кто начал создавать территориальные бренды для малых городов. Как обстоят дела сегодня?

Артур Тугумов:

— По неофициальным данным, в России насчитывается 800 малых городов и только 5% из них имеют собственные бренды, чтобы как-то себя визуально идентифицировать. Это значит, что у нас всё ещё очень мало территорий, городов, которые с этим работают, хотя слова «брендинг», «брендбук», «идентичность», «территориальное развитие» всем знакомы и активно осмысляются.

Территориям не хватает собственных компетенций, политической воли, интеллектуальных, финансовых ресурсов, чтобы начать эту тему прорабатывать. А это важные вещи — имидж, образ, смыслы, они влияют на социальные процессы, на самоощущение

людей. Обычно чиновники и менеджмент, которые управляют малыми городами, заботятся о базовых вещах — экономике, «социалке», например, чтобы к зиме город был подготовлен, чтобы трубы не прорвало, а всему остальному уделяют время и ресурсы по остаточному принципу.

Зачем небольшим городам нужны свои бренды?

Лена Берлин:

— Во-первых, от этого зависит туристический потенциал, потому что пока мы не знаем о маленьком городе, мы туда не приезжаем. Как только территория, о которой слышим не слышали ещё пару лет назад, становится известной и популярной, туда начинает валить народ. Начинает работать, «заводится» экономика. Вот там не было людей, туристов, а была такая депрессивная территория, — а потом вслед за брендом оживают какие-то ремёсла, возникают развлечения, подключается общепит. Территория преобразуется,

БРЕНДИНГ ПОМОГАЕТ ОСОЗНАТЬ СЕБЯ, СВОЮ ИДЕНТИЧНОСТЬ. ЖИТЕЛИ ВДРУГ ПОНИМАЮТ, ЧТО НЕПЛОХО ЖИТЬ В МАЛЕНЬКОМ ГОРОДЕ, ОНИ ВОВСЕ НЕ НЕУДАЧНИКИ, ЧТО У НИХ ТУТ КЛАСНО

и это важно с точки зрения экономики. Малые города умирают, потому что вся молодёжь уезжает. Но если у малого города появляется бренд и вокруг него активности, то и процесс оттока жителей как минимум притормаживается.

Во-вторых, брендинг помогает осознать себя, свою идентичность. Жители вдруг понимают, что неплохо жить в маленьком городе, они вовсе не неудачники, что у них тут классно. Они начинают сами себя любить. Об этом говорит, например, и Гузель Санджапова, которая приехала из Москвы и запустила производство крем-мёда в глухой деревне Малый Турыш Свердловской области, где жила её бабушка. У них даже фестиваль проходит — «Посреди нигде». Гузель рассказывала, что было очень сложно «оживить» жителей, чтобы они сами себя полюбили, но всё получилось.

Артур Тугумов:

— Малые территории начинают появляться в информационном поле, иначе о них никто не знает. Это как с классическим брендингом. Если не управлять

процессом, то мнение формируется стихийно, неуправляемо, и какие-то негативные сюжеты могут стать главными. Если пытаться этим управлять, организовывать, разглядеть, то не надо ничего придумывать. Предпосылки к смыслообразованию есть всегда. Надо на них посмотреть внимательно, разглядеть их, увидеть. Потому что хуже, когда люди начинают придумывать для территории то, чего у неё не было, пытаются становиться теми, кем они не являются. Может быть, и есть такие удачные сюжеты,



В ЧЕРДЫНИ АКТИВНО ИСПОЛЬЗУЮТ РАЗРАБОТАННЫЙ НАМИ ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ И ДЕЛАЮТ ЭТО КОРРЕКТНО

но я о них не знаю. Лучше, если они отыщут в себе что-то, что можно превратить в мощный нарратив или в сюжет, вокруг которого можно отстроить свой бренд, свою идентичность.

Где искать подлинные смыслы малых городов и сколько времени может занять работа? Обязательно ли приезжать в территорию, чтобы понять, чем она живёт, какая она, или это можно сделать удалённо?

Артур Тугумов:

— Да, конечно, обязательно нужно приезжать, видеть и общаться. У нас

так было со всеми кейсами — и с Чердынью, и с Чусовым, и с Усольем, и с Кулым. Мы приехали в Чердынь, общались с главой администрации, с менеджерами из социально-культурного блока. Нас поили чаем и рассказывали местные легенды и былички, наводили мистики. Мы обошли весь город, побывали в церквях, музеях, поговорили с музейными работниками, даже по лесам погуляли. У нас ведь не было бэкграунда, который мы смогли бы воспроизвести в ощущениях.

За ощущениями, впечатлениями стоит ехать, а за смыслами, наверное, не

обязательно. У социологов это называется «кабинетное исследование», и это вполне себе метод: собрать информацию, разложить по полочкам, выделить главные сюжеты и опорные точки.

Мы не идеологи проектов. Мы решаем задачу визуального брендинга, но, решая её, мы опираемся на смыслы, превращаем их в ту или иную визуальность. Что касается Чердыни, то мы решили, что сосредоточимся на мифологическом сюжете и природной теме. Мифология наполняет бренд глубиной и атмосферой, но её трудно пощупать, а природа здесь и сейчас, её может уви-

деть каждый. Не только музеи и церкви, природа тоже создаёт туристическую привлекательность места.

Вы сопровождаете проект, когда он начинает реализовываться? Консультируете руководство малых городов?

Артур Тугумов:

— По-разному. Например, с Чердынью был опыт «десанта». 14 лет назад Пермский центр развития дизайна озабочился тем, чтобы у Соликамска, Кына, Чердыни, Чайковского и Суксуна появились свои брендбуки и сувенирные программы. Это было как бы спущено сверху, территориям сказали: «Вы можете получить эти ресурсы, и сейчас хорошие дизайнеры помогут вам всё организовать». Может быть, поэтому там не было плотного продолжения, может, мы вернёмся к этому сюжету спустя 14 лет. Хотя в Чердыни активно используют разработанный нами визуальный образ и делают это корректно.

С Чусовым было наоборот. Они сами на нас вышли и сейчас время от времени продолжают обращаться к нам как к держателям стиля, понимая, что раз мы создавали бренд, то лучше всех сможем его развивать, делать какие-то суббренды, дополнительную юбилейную символику и так далее. Они всё получают из одних рук, и это более правильный способ поддерживать визуальную идентичность.

Мы знаем случаи, когда брендбук делают, презентуют, а потом он пропадает в глубинах компьютера и пылится на полке, а не работает. Есть и другая крайность, когда он попадает в не

очень профессиональные руки и его начинают развивать «на своё усмотрение», и результат оказывается далёким от того, что «хотел сказать автор».

Расскажите про Чусовую. Насколько сложно было его позиционировать, ведь кажется, что это город с моноисторией и её сложно отстроить в интересном ключе?

Артур Тугумов:

— Если смотреть издали, то кажется, что это история моногорода, что там есть Чусовской металлургический завод, машина, которая работает с XIX века. В 2014 году, после ликвидации производства градообразующего предприятия, город оказался перед выбором: или медленно превращаться в депрессивную территорию и повторить судьбу Кизеловского угольного бассейна, или что-то делать. Новый глава администрации понял, что недостаточно сохранять производственные мощности, нужно что-то делать и в постиндустриальном ключе, развивать сервисную экономику. И у них получи-

В РОССИИ НАСЧИТЫВАЕТСЯ 800 МАЛЫХ ГОРОДОВ, И ТОЛЬКО 5% ИЗ НИХ ИМЕЮТ СОБСТВЕННЫЕ БРЕНДЫ, ЧТОБЫ КАК-ТО СЕБЯ ВИЗУАЛЬНО ИДЕНТИФИЦИРОВАТЬ

лось: в Чусовом была создана территория опережающего развития, там много успешных резидентов. То есть и удалось перезапустить экономику на бывших площадях завода, и развивается социокультурная составляющая, в том числе с помощью разработки бренда.

Мы не воспринимаем Чусовую как моногород. Там очень много интересно на самом деле: исторические сюжеты (Ермак, Верхнечусовские Городки, покорение Сибири и т. д.), славное индустриальное прошлое, да и настоящее, спортивные достижения и активный отдых, культурные герои (Виктор Астафьев, Леонард Постников), конструктивизм 1920–1930-х годов в архитектуре старого города — много разных сюжетов.

Это интересный, многоплановый город, и было невозможно выбрать только одну тему для конструирования бренда. В результате мы сделали фирменный стиль на переосмыслении местной геральдики. И дополнительно создали мощную графическую среду. Это не статичный проект: мы периодически консультируем и делаем новые макеты, к нам приходят за новыми визуальными решениями для городских событий, юбилейных дат, и мы развиваем свой стиль.

С Чердынью похожая история?

Артур Тугумов:

— Нет, у нас пауза до сих пор. Но стиль живёт и даже развивается. Мы придумали им знак — лось с рогами-горами. Позднее в Чердыни запустили социокультурный проект «Город Ч. на семи холмах», а на нашем знаке шесть вершин. Тогда они адаптировали лося,



дорисовали ещё одну вершину, стало семь. Да, они своим символом-лосем гордятся, везде используют.

Был даже анекдот с Оханском. Несколько лет назад мне позвонили из администрации Чердыни и «наехали», что мы отдали «их лося» Оханску. Выяснилось, что кто-то выпускает сувенирную продукцию с чердынским лосем, но с надписью «Оханск». Мы не думаем, что это был сознательный плагиат, просто где-то раздобыли рабочий файл и пустили в производство. Почему бы не взять хорошего лося?

Есть ли подсчёты, как удачный брендинг малых городов влияет на турпоток?

Артур Тугумов:

— Я не встречал таких цифр, но он, безусловно, влияет напрямую. Речь идёт о том, чтобы визуальные образы оставались в сознании людей, чтобы создавать «визуальные крючки», при-

чём не для местных жителей, а для туристов, которые приезжают из других регионов. Это нужно, чтобы они быстрее понимали, куда они едут и зачем едут. Брендинг в этом смысле создаёт идентичность, которая позволяет быстрее идентифицировать территорию, создаёт новый образный ряд в голове, новые ассоциации. Но не надо думать, что новый образ территории мгновенно решит её проблемы. Допустим, у города появился новый бренд, но дороги по-прежнему разбитые, туристов нечем кормить, нет гостиниц. Туристы не помчатся туда на внедорожниках на грибные места, так не бывает.

Какие проблемы возникают при проектировании брендов малых городов?

Артур Тугумов:

— Они возникают скорее в поддержании бренда. На это может не хватать ресурсов, квалифицированных дизай-

неров, которые смогут аккуратно и грамотно дальше с ним работать. Люди могут сделать плохо не потому, что хотят испортить твою работу, а потому, что не умеют пользоваться новым образом, не знают, как верстать афиши и работать со шрифтами, как делать сувенирную программу и так далее. Маленькому городу сложно найти внутри себя дизайнера, который мог бы нормально с этим работать, а постоянно обращаться к нам они не всегда могут, не всегда есть для этого время и деньги.

Для Коми-Пермяцкого округа мы делали знак 100-летия. Но вначале нас позвали сделать аудит юбилейного фирменного стиля, который разработал местный дизайнер. Там была хорошая исходная идея, но слабая техническая реализация — не хватило технологичности, масштабируемости, специальных дизайнерских знаний и навыков.

У каких территорий Пермского края нет своих брендов, но они им очень нужны?

Лена Берлин:

— Много кому нужно, например, Барде, Александровску, Березникам. Березники, как нам кажется, страдают от своей промышленной близости. Туристы проезжают мимо Березников, едут сразу в Усолье, потому что Усолье работает со своим брендом, а Березники — не очень. Соликамску нужно, конечно. Лысьве, у неё тоже хороший потенциал! Чайковскому, Чернушке, Осе. У Добрянки вот есть свой образ — «столица доброты», у Чернушки тоже очень милое название, с ним тоже можно поработать.

ВНЕСИТЕ ЗДОРОВЬЕ В СПИСОК ВАЖНЫХ ДЕЛ! ПРОЙДИТЕ ЧЕКАП ЗА 24 ЧАСА

На принципах превентивной медицины построен флагманский продукт «Клиники Эксперт» в Перми — чекапы всего организма за 24 часа.

Комплексная программа «Всё включено» с подробными комментариями, зачем это нужно, облегчает выбор и снимает с пациента необходимость составления сложного медицинского обследования.

Чёткое ограничение во времени — 24 часа — удобно даже самому занятому пациенту.

Это простой способ позаботиться о близких и любимых, уверенность в завтрашнем дне и терапия роста самооценки, ведь по-настоящему позаботиться о здоровье — это всегда верное решение.

Каждый год «Клиника Эксперт» собирает обратную связь от пациентов и совершенствует наполнение программ. Сейчас они включают в себя более 40 диагностик (анализы, МРТ, УЗИ, рентген, приёмы специалистов).

Программы созданы докторами клиники для мужчин и женщин до 40 и после 40 лет.

Они включают в себя проверку всех органов и систем организма: оцениваются особенности кровотока, функция печени, поджелудочной железы и почек, белковый, липидный



и углеводный обмен, обмен нуклеиновых кислот, а также баланс железа и кальция в организме; изучается функция щитовидной железы, главная задача которой — регулировать процессы образования энергии в организме; проводятся тесты гормонального фона, оценивается риск возникновения сахарного диабета.

Отдельно проводятся анализы на некоторые онкомаркеры, риск сердечно-сосудистых заболеваний, болезни почек, печени.

После 40 лет у женщин обязательно изучается риск возникновения остеопороза — хрупкости костей.

Изучаются функции головного мозга, состояние позвоночника, внутренних органов, лёгких, сердца.

Чекапы — это продукт и для медицинского туризма. Для прохождения программы в «Клинику Эксперт» уже приезжали пациенты из Испании, ОАЭ, Узбекистана, Таджикистана, Саудовской Аравии, Португалии, Италии, США (Калифорнии), Великобритании, Германии.

Строить культуру бережного и внимательного отношения к здоровью с применением профилактической диагностики — одна из ключевых задач «Клиники Эксперт» в Перми. Эти взгляды разделяют и пациенты: по статистике клиники за январь–сентябрь 2025 года, ежедневно чекап проходят три человека.



«Клиника Эксперт Пермь»
Пермь, ул. Монастырская, 42А
Тел. +7 (342) 215-30-03
perm.klinikaexpert.ru

ЛИЦЕНЗИЯ № ЛО41-01167-59/00368885. НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

ВОЗМОЖНЫ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ



«ИНГРУПП» ПРЕДСТАВЛЯЕТ ДОМ ВЫСОКИХ МАНЕР

«ИНГРУПП» ОБЪЯВЛЯЕТ О СТАРТЕ ПРОДАЖ В ЖИЛОМ КОМПЛЕКСЕ «МАНЕРЫ» ПО АДРЕСУ: ШОССЕ КОСМОНАВТОВ, 10 — ПРОЕКТЕ, ГДЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ СТАНОВИТСЯ КРАСОТОЙ, А ТЕХНОЛОГИИ ПРЕВРАЩАЮТСЯ В ЧАСТЬ ЭСТЕТИКИ И ПОВСЕДНЕВНОГО РИТМА ЖИЗНИ. ДЕВЕЛОПЕР СОЗДАЁТ НЕ ПРОСТО ЗДАНИЯ, А НОВЫЕ КУЛЬТУРНЫЕ КОДЫ И СТАНДАРТЫ СОВРЕМЕННОГО КОМФОРТА, ФОРМИРУЯ ПРОСТРАНСТВО, ГДЕ КАЖДЫЙ ЭЛЕМЕНТ ПОДЧИНЁН ИДЕЕ ГАРМОНИИ И ВЫСОКОГО ВКУСА.

■ **Ансамбль из пяти секций**, включающий три высотные до 29 этажей и две среднеэтажные по 12 этажей, объединённые выразительным двухуровневым стилобатом.

■ **817 современных квартир**, продуманных до мелочей: панорамные окна, функциональные планировки и приватность благодаря тому, что жилая часть начинается с 3-го этажа.

■ **Закрытое дворовое пространство** с авторским ландшафтным дизайном, созданное исключительно для резидентов.

■ **Комфорт для каждого поколения**: кидс-рум, тинейджер-пойнт и комьюнити-спейсы — места для общения, творчества, развития и отдыха.

■ **Авторские террасы с видами на город**, с индивидуальными сценариями отдыха и озеленением.

■ **Коммерческая инфраструктура на первых двух этажах более 10 тыс. кв. м** — кафе, магазины, сервисы и удобные пространства для повседневных дел.

■ **Трёхуровневый подземный паркинг на 632 места** с прямыми лифтами в жилые секции, зарядными станциями для электромобилей, пунктами подкачки шин и усилителями сотовой связи.

■ **Срок завершения строительства — 2031 год.**

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ



ИНГРУПП
созидатель красивого будущего

ООО
РФ

Подробности о проекте и условиях приобретения квартир: **+7 (342) 254-08-74**

ООО «СЗ «УНО», ИНН 5905071840. Проектная декларация на сайте наш.дом.рф.





«АЙВАЗОВСКИЙ», ПЕРМСКАЯ ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ГАЛЕРЕЯ. ФОТО: МИХАИЛ НАГАЙЦЕВ

АННА БОЛЬЯРОВА

АРХИТЕКТУРА ВНУТРИ АРХИТЕКТУРЫ

КАКИМ ДОЛЖНО БЫТЬ СОВРЕМЕННОЕ ВЫСТАВОЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО



АРХИТЕКТОР, ПРЕПОДАВАТЕЛЬ, ОСНОВАТЕЛЬ И РУКОВОДИТЕЛЬ ДИЗАЙН-СТУДИИ «КТО ЭТО» НИКИТА ГОЙНОВ РАССКАЗАЛ, КАКИМ ДОЛЖНО БЫТЬ СОВРЕМЕННОЕ МУЗЕЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО, ПОЧЕМУ У ПРОЕКТОВ ЕГО СТУДИИ ХАРАКТЕРНЫЙ ДИЗАЙН ШКОЛЫ «ТОЧКА» И МОЖНО ЛИ СПРОЕКТИРОВАТЬ ВЫСТАВКУ ЗА ТРИ ЧАСА.

Вы создаёте музейные и общественные пространства с 2012 года. Как изменились подходы к проектированию за эти 13 лет?

— Я пришёл из архитектурной среды, где было принято скептически относиться к экспозиционной архитектуре, считается, что это что-то временное, похожее на декорации для картин и исторических документов. Сейчас в России есть крупные студии, которые занимаются проектированием музейных пространств, а в 2012 году, по крайней мере в Перми, их не было и не было должным образом сформировано понятие «экспозиционный дизайн». В отношении музейной среды говорили не «проектирование», а «оформление пространства». Выставками занимались в основном декораторы и художники-оформители. Качественный переход случился, когда к процессу проектирования музейных пространств стали подключать дизайнеров и архитекторов.

Когда я вступил на поле экспозиционного дизайна, я не считал это чем-то серьёзным, и музейное пространство воспринимал как полигон для отработки своих архитектурных идей и приёмов. Но в своём первом проекте я всё же постарался раскрыть кураторскую концепцию, создать архитектурный образ, выразить его в пространстве музея. Я быстро понял, что процесс проектирования выставки намного сложнее и глубже, чем я это видел на первый взгляд, и гораздо свободнее, чем в большой архитектуре. Там меньше ограничений, есть область для экспериментов,

искусства, размышлений. Если раньше мне приходилось самому не только проектировать экспозиционное пространство, но и рисовать афиши и всю полиграфию, настраивать свет и своими руками монтировать эти выставки, то впоследствии я всё это делегировал своим коллегам. Сейчас у меня в команде всегда присутствуют графический дизайнер и светодизайнер, а также монтажная команда, с которой я регулярно работаю. Если говорить в целом про авторскую команду выставки, то она в себя включает большое количество участников из разных дисциплин, там могут быть искусствоведы, историки, учёные, независимые кураторы, саунд-дизайнеры, светодизайнеры, графические дизайнеры и так далее. Поэтому сейчас я к этому отношусь как к междисциплинарному проектированию на стыке архитектуры, искусства, истории и науки.

Расскажите про свою первую выставку. Какой она была?

— Я сделал её в Музее пермских древностей осенью 2012 года. Это была выставка про пермских ящеров, которых обнаружили в Оханске, Очёре. Она была рассчитана на три месяца, а в итоге простояла три или четыре года, что часто бывает с моими проектами.

Чем вы вдохновляетесь, когда проектируете выставку? На какие смысловые точки обращаете внимание? Из чего создаётся будущий внешний облик выставочного пространства?



«УРОКИ РАДОСТИ И БОЛИ», ДОМ КУЛЬТУРЫ «ГЭС-2». ФОТО: ДАНИИЛ АННЕНКОВ

— Речь скорее не о вдохновении, а о насмотренности. Я к этой работе подхожу как к решению сложной задачи, и в этом мне помогает аналитический метод проектирования. Это процесс соединения всех исходных данных. Я обращаю внимание на кураторскую концепцию, на список экспонатов, площадку, где будет проектироваться выставка, если здание уже построено, потому что бывает так, что площадки ещё нет, её только строят. Также изучаю разные технические регламенты, ограничения, плюсы, недостатки этого пространства и проектирую своё видение этой архитектуры. Когда все эти данные сходятся в одной точке, обычно архитектура выставки «прорастает» естественным образом. Всё это время я применяю метод аналитического проектирования. Но когда этот пазл из данных собрался, можно уже себе позволить метод интуитивного проектирования, а именно работу с архитектурным образом. Вытащить этот образ из подсознания мне помогает насмотренность, о которой я говорил в начале. Речь идёт не только о дизайне или архитектуре, эти образы можно вытащить из кинематографа, литературы или других визуальных искусств. Это похоже больше на процесс препарирования, а не вдохновения.

За творчеством каких архитекторов вы следите?

— Я слежу за творчеством большого количества архитекторов, но если упоминать тех, кто внесли большой вклад в современный экспозицион-

ный дизайн, то мне сразу на ум приходят две мировые звезды архитектуры: Дэвид Чипперфилд и Даниэль Либескинд. Дэвид Чипперфилд спроектировал Новый музей в Берлине, и пока это лучший музей, который я видел в своей жизни. Музей был разрушен во время Второй мировой войны. Чипперфилд очень деликатно поработал с историческим зданием, он не стал имитировать ту прежнюю разрушенную архитектуру, а сделал намеренно современную, не стал уходить в декорирование, но в общей массе повторил пропорции разрушенных элементов. Не подражание, но уважение к исходной архитектуре позволило гармонично вписать новые архитектурные элементы в исторический контекст. При этом все детали интерьера, начиная от дверной ручки и заканчивая экспозиционными витринами, были выполнены в едином дизайне, от чего складывалось впечатление, что ты находишься внутри тотальной инсталляции.

Даниэль Либескинд — архитектор Еврейского музея в Берлине. Он сделал прекрасный музей и отчасти повлиял на русский экспозиционный дизайн. Либескинд участвовал в создании выставки «Мечты о свободе. Романтизм в России и Германии» в Третьяковской галерее. Для неё он спроектировал лабиринт с порталами, на который было очень интересно смотреть. Это сложная, интересная, яркая архитектура, которая при этом не мешала восприятию картин. Очень важно, чтобы пространство было интересным и не затмевало экспонаты.

Сколько времени занимает воплощение «полного цикла» выставки от концепции до её менеджмента и реализации на площадке? На каком этапе подключается «Кто Это»?

— Всё зависит от масштаба и сложности. У меня разбег от 30 до 2000 кв. м. И 30 кв. м бывает порой сложнее спроектировать, чем 2000 кв. м, когда у тебя свободное пространство и ты легко можешь разместить в нём все конструкции, соблюсти нормативы.

КОГДА КУРАТОР ПРИХОДИТ К НАМ С ГОТОВОЙ КОНЦЕПЦИЕЙ, МЫ СОЗДАЁМ ЕЁ АРХИТЕКТУРНОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ. В СРЕДНЕМ НА ВСЮ РАБОТУ ДО МОМЕНТА ОТКРЫТИЯ ВЫСТАВКИ УХОДИТ ПОЛГОДА

Когда работаешь с маленьким пространством, то это всегда сложно. Нужно сделать витрины-трансформеры, которые не съедят много пространства и где можно разместить все интерактивы и экспонаты. Например, я проектировал выставку о Льве Давыдове в Детском музейном центре на ул. Пермской. Там было листов 100 чертежей, хотя пространство всего 30 кв. м.

В идеале я подключаюсь, когда куратор приходит к нам с готовой концепцией, и мы создаём её архитектурное воплощение. В среднем на всю работу до момента открытия выставки уходит полгода. По времени проектирования разбег большой, в среднем от двух месяцев до двух лет. Например, корпоративный музей «Высота» проектировался два года.

Бывали экстренные случаи, что я и за три дня всё проектировал, согласовывал, а бывает, и за три часа, как для выставки «Что мне делать, чтобы земля оставалась на месте» арт-группы «Нежные бабы» в Центре городской культуры. Сперва они хотели просто развесить плазменные панели с видеоперформансами на стенах, и мы встретились с одной из художниц, чтобы я проконсультировал, как это сделать. Я подсказал, как лучше расположить, и пошёл к себе домой, но в процессе ходьбы начал размышлять над этой выставкой: она была посвящена подземному труду женщин во время Второй мировой войны. Так как был дефицит мужчин, женщины стали работать в шахтах. Меня заинтересовала эта тема, и я понял, что она не соответствует методу экспонирования: она о скрытом, подземельном, а плазмы хотели повесить открыто. Я подумал: необходимо эти плазмы спрятать, а зрителей заставить склонить голову в сторону земли. И таким естественным образом появился экспозиционный модуль в виде шахты, вырастающей из пола. Экраны были спрятаны в глубине этой шахты, и зрителю было необходимо наклонить

голову и частично залезть в неё. Пока я шёл со встречи, думал над визуалом, а дома смоделировал экспозиционный модуль и это решение отправил в ЦГК и «Нежным бабам». Через два часа они мне всё согласовали и выделили бюджет на строительство. Таким образом, я за три часа спроектировал выставку и примерно за три дня мы её построили. Мне нравятся проекты, как этот: используется минимум проектировочных усилий, но получается совсем не проходная выставка.

Сколько человек в студии «Кто Это» обычно работают над выставкой?

— У нас в студии всегда был плавающий состав. Сперва был только я. Но потом мне захотелось отделить свою личность от моей работы, и я вспомнил про свой старый творческий псевдоним «Кто Это». На меня всегда наводили скуку похожие названия студий, архитектурных бюро, где в названии присутствует либо цифра, либо «архи», «дизайн». Также мне не хотелось делать студию имени себя. Я подумал, что «Кто Это» подходит. С одной стороны, это про абстрактное и обезличенное, а с другой — звучит как вопрос. «Это» про неодушевлённое, архитектуру, а «Кто» про людей. Всё-таки мы проектируем архитектуру для людей, для зрителя.

Сейчас у нас работают стабильно три человека, помимо меня, и этого достаточно. Я никогда не стремился к большому штату и большому количеству заказов. Я хочу, чтобы у меня была возможность долго работать над проектом и при этом чувствовать себя фи-

нансово независимым, а большой штат влечёт за собой конвейер проектов.

Я часто коллаборирую с другими дизайнерами. Моя проектировочная команда на выставке может достигать 10 человек разных специальностей, но мне не нужно держать их в штате. В школе дизайна «Точка» я преподаю уже 10 лет, вхожу в экспертный совет, и почти всегда в команду проектов входят преподаватели «Точки». Поэтому проекты студии «Кто Это» содержат характерный дизайн школы «Точка».

КОГДА ЭКСПОНАТЫ —
НАПРИМЕР, ЖИВОПИСЬ,
ГРАФИКА ИЛИ
СКУЛЬПТУРА — ВПОЛНЕ
САМОДОСТАТОЧНЫ,
ТО НАША ЗАДАЧА
СОЗДАТЬ ДЛЯ НИХ ФОН

Какую главную цель перед собой ставите, когда создаёте музейное пространство? Чего хотите добиться?

— Наша задача — раскрыть кураторскую концепцию в пространстве. Бывало такое, что куратор немного переписывал концепцию под архитектуру выставки или мы приходили с одним сценарием, а после редактирования у нас получалась немного другая выставка.

Мы, архитекторы, часто увлекаемся проектированием, и наша работа

иногда выходит на передний план, перетягивает одеяло на себя. Если на выставке представлены визуально не очень привлекательные экспонаты для широкого зрителя, например исторические документы, то, возможно, яркая архитектура оправдана, она привлекает внимание к витрине. Но когда экспонаты — например, живопись, графика или скульптура — вполне самодостаточны, то наша задача создать для них фон и сфокусировать внимание на экспонате, не нужно забывать, что нас зовут именно за этим. И тут кроется важное отличие экспозиционной архитектуры от большой архитектуры с её домами, дворцами, общественными зданиями и т. д. Когда нашу работу не замечает зритель, то это неплохо на самом деле, плохо, когда зритель всё время отвлекается на наш экспозиционный дизайн и это ему мешает спокойно рассмотреть экспонаты. Другими словами, мы создаём фоновую архитектуру.

Какие проекты вы считаете наиболее удачными и почему?

— Это выставка «Уроки радости и боли» в доме культуры «ГЭС-2», проект для «Нежных баб» в ЦГК. Также нравится выставка «Айвазовский» в Пермской художественной галерее, где мы не построили ни одной стены, но создали её за счёт графического дизайна и линий.

Выставочная архитектура неэкологичная: на неё тратится очень много материалов, которые после выбрасываются. Но однажды у нас была 100% ресайкл-выставка проектов школы «Точка» в ЦВЗ, где я был куратором



«ИДИ», МУЗЕЙ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА ПЕРММ. ФОТО: АЛЕКСАНДРА БУБНОВА

и архитектором. Проекты учеников были небольшого размера, и я понял, что нужно сделать зонирование и подиумы. Мы превратили рулонные шторы в лёгкие перегородки выставки, подвесили их к потолку ЦВЗ, а подиумы с выставки стали позднее шкафчиками для хранения в школе. Таким образом мы решили две задачи: сделали выставку и не выбросили её элементы — привезли в школу, повесили шторы в лектории, смонтировали шкафчики на стенах в учебных классах.

Другой кейс тоже связан с «Точкой», с выставкой «ИДИ». Мы размышляли над тем, где проходит граница между искусством и дизайном, в чём отличие и есть ли оно вообще. Когда мы проектировали выставку, я решил, что не стоит разделять между собой работы художников и дизайнеров, лучше сделать это в едином потоке. Первая форма, которая пришла в голову для решения этих задач, — круг. Его преимущество в том, что это самая демокра-

тичная и легко считываемая нашим глазом форма. Но когда мы строим в пространстве круг или кольцо, мы можем обойти его только с внешней стороны, внутрь мы не попадаем, так как контур замкнутый. Остаётся много нереализованного выставочного пространства, чего мы не могли себе позволить. Можно было разомкнуть круг и проникнуть внутрь контура, но тогда мы потеряли бы непрерывность линии, что противоречило нашей концепции. Тогда мы пошли на хитрость



«ИДИ», МУЗЕЙ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА ПЕРММ. ФОТО: АЛЕКСАНДРА БУБНОВА

и сделали двойную обводку разомкнутого круга, соединив начало и конец линии и получив нужную нам форму. Совершенно случайно у нас появился дополнительный образ, напоминающий знак вопроса. Этот образ понравился Наиле Аллахвердиевой (в то время директор музея ПЕРММ. — *Ред.*), ведь эта выставка как раз была про вопросы.

За эту выставку мы получили государственную премию в области современного искусства «Инновация» и на деньги премии выпустили каталог выставки, где собрали ещё и наши авторские методики преподавания. Вскоре после этого появилась идея эти методики зафиксировать не только в виде

книги, но и в мире материальном в формате музея. Мы выиграли грант от Фонда Потанина, и теперь нам предстоит сделать музей в ближайшие два года. Пока это самый масштабный экспозиционный проект в моей карьере.

Какие главные ошибки дизайна музейных и общественных пространств сегодня?

— Когда архитектура не предназначена для выставочного пространства. Такое бывает и с новыми зданиями, как, например, Национальный музей искусств XXI века в Риме, построенный по проекту архитектора Захи Хадид. Заха Хадид славится своими бионическими формами, и у неё внутри зданий

всё с наклонными полами, кривыми стенами и так далее. Может, для постоянной экспозиции это нормально, но для временных выставок — нет, для каждого архитектора мучительный труд работать с таким пространством.

Пространство для временных выставок должно быть очень лаконичное, ровное и нейтральное, не должно обращать на себя внимание. У выставки может быть свой контекст, стиль, и не каждой подойдёт яркое помещение. Что касается ошибок экспозиционного дизайна, то бывает дизайн ради дизайна. Такое не по мне. Дизайнерские решения должны быть оправданы. Бывает, что экспозиционная архитектура начинает довлеть над экспонатом, затмевает его, и это неправильно.

Расскажите о планах. Над какими проектами работает «Кто Это» сегодня? Какие из них будут представлены в ближайший год?

— Мы делаем три временные выставки, а также всю экспозицию в новом здании Пермской художественной галереи, визит-центры в долинах малых рек. Планируется, что один визит-центр откроется до конца этого года, два других — в следующем году. Также будет два проекта на Кольском полуострове: мы работаем над инсталляцией, посвящённой коренному народу саами, и ещё будет представлена одна работа с арт-группой «Нежные бабы». Весной в Санкт-Петербурге мы представим инсталляцию, посвящённую творчеству поэта Пауля Целана, а также игровую инсталляцию в доме культуры «ГЭС-2». Работы хватает.



UDS – ДЕВЕЛОПЕР, КОТОРЫЙ СТРОИТ ДЛЯ БИЗНЕСА

Бизнес-парк «ГОГОЛЬ». Застройщик ООО «Аквавита», ИНН 1832154212. Разрешение на строительство № 59-RU90303000-158-2021 от 12.10.2021. Агент по продажам ООО «УДС-Проект», ИНН 1841069965, офис продаж: г. Пермь, ул. Советская, 65а, тел. +7 (342) 258-22-28. Реклама. Не оферта.

ГОРНОЛЫЖНЫЙ КОМПЛЕКС «ЖЕБРЕИ»: ЗИМА, В КОТОРУЮ ХОЧЕТСЯ ВОЗВРАЩАТЬСЯ

ВСЕГО ПОЛЧАСА ПУТИ ОТ ПЕРМИ — И ВЫ УЖЕ В ДРУГОМ МИРЕ. В МИРЕ, ГДЕ ВОЗДУХ ПАХНЕТ СВЕЖИМ СНЕГОМ И ХВОЕЙ, ГДЕ ДЕНЬ НАЧИНАЕТСЯ СО СПУСКА ПО МЯГКОМУ СКЛОНУ, А ЗАКАНЧИВАЕТСЯ ЧАШКОЙ ГОРЯЧЕГО ШОКОЛАДА С ВИДОМ НА ОГНИ ВЕЧЕРНЕЙ ГОРЫ. ВСЁ ЭТО — ГК «ЖЕБРЕИ», ОДИН ИЗ САМЫХ УЮТНЫХ И ДУШЕВНЫХ ГОРНОЛЫЖНЫХ КОМПЛЕКСОВ ПЕРМСКОГО КРАЯ.



КОМПЛЕКС, КОТОРЫЙ МЕНЯЕТСЯ ВМЕСТЕ СО СВОИМИ ГОСТЯМИ

За последние годы ГК «Жебреи» стал примером того, как небольшая база умеет расти, не теряя домашней атмосферы.

Каждый сезон здесь появляются новые сервисы и развлечения, и сезон-2025/26 не стал исключением. Руководство комплекса внимательно слушает гостей, а потому список обновлений получился внушительным.

ЧТО НОВОГО В СЕЗОНЕ-2025/26

Новые зимние активности.

В этом сезоне комплекс расширил программу развлечений: появились снегоходы, включая катание на «банане» и тематические квесты.

УЧЕБНЫЙ СКЛОН СТАЛ УДОБНЕЕ

Один из главных акцентов этого года — развитие учебной зоны.

Для начинающих и детей:

- увеличили площадь учебного склона;
- сделали уклон чуть круче, чтобы обучение стало эффективнее;
- подготовили площадку под установку воздушной подушки — важного элемента безопасности.

РАСШИРЕНИЕ ПРОКАТА

В прокате заметно обновилась линейка оборудования: появились новые сноуборды, включая большие размеры для взрослых и облегчённые модели для детей; улучшилось общее состояние прокатного инвентаря.

Фанаты трюков смогут оценить обновлённый сноупарк. Также увеличили число инструкторов — особенно в детской школе, которая считается одной из сильных сторон комплекса. Детей здесь учат с трёх лет, и педагоги делают акцент не только на технике, но и на создании радостной, праздничной атмосферы.

НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

СЕРВИС СТАНОВИТСЯ ПРОДУМАННЕЕ

Для гостей будет запущен трансфер, а для тех, кто хочет приехать на своём автомобиле, — предусмотрена большая парковка.

ТРАССЫ И АТМОСФЕРА

Комплекс располагает семью трассами разной сложности. Работает современная система оснежения, благодаря которой сезон удаётся продлить даже в тёплую зиму. Для новичков — мягкие склоны и внимательные инструкторы, для опытных — скоростные участки и сноупарк.

КАФЕ НА ВЕРШИНЕ — МЕСТО СИЛЫ

Отдельное удовольствие — заглянуть в кафе на вершине горы. Панорамные окна открывают вид на заснеженные холмы, а тёплая кухня и камерная атмосфера располагают к долгим разговорам после катания.

А встретит всех главный житель горы — Жабрик, который уже стал символом зимнего настроения и тёплой семейной атмосферы.

ПОЧЕМУ «ЖЕБРЕИ» ВЫБИРАЮТ СНОВА И СНОВА

Потому что это место, где зима ощущается настоящей — уютной, семейной, искренней. Где можно на несколько часов или дней сбежать от городской суеты и вспомнить, за что мы так любим снег и мороз.



д. Жебреи, ул. Спортивная, 7



GutenTag⁺⁺
клиника стоматологии

ул. Петропавловская, 29 | ул. Ленина, 9 | 212-20-00

О ВОЗМОЖНЫХ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯХ ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

О ВОЗМОЖНЫХ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯХ ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ



Улыбка от ГУТЕН ТАГ –
ваш стильный манифест



МУЗЫКА — ЭТО ЖИЗНЬ

«В КОМПАНИИ ТЕАТРАЛОВ» ОБСУДИЛИ МЮЗИКЛЫ

МЮЗИКЛ В СОВРЕМЕННОМ ТЕАТРЕ СТАЛ НЕОБХОДИМОСТЬЮ. В НАШИ ДНИ, ЕСЛИ ТЕАТР, ДАЖЕ НОМИНАЛЬНО ДРАМАТИЧЕСКИЙ, НЕ СТАВИТ МУЗЫКАЛЬНЫЕ СПЕКТАКЛИ, ЗНАЧИТ, У НЕГО ПРОБЛЕМЫ. ОДНАКО ДАЖЕ НА ФОНЕ ВСЕОБЩЕЙ «МЮЗИКАЛИЗАЦИИ» РОССИЙСКИХ ТЕАТРОВ ПЕРМЬ ВЫДЕЛЯЕТСЯ: ЗДЕСЬ ЭТОТ ЖАНР СУЩЕСТВУЕТ НА ОСОБОМ УРОВНЕ И ИГРАЕТ ОСОБУЮ РОЛЬ.

В ресторане Тайная В. издательский дом «Компаньон» вновь собрал поклонников театрального искусства, чтобы встретиться со звёздами музыкального жанра — актрисой Театра-Театра Анной Сырчиковой, бывшим актёром ТЮЗа, участником независимых театральных проектов Евгением Замахаевым и автором и режиссёром цикла мюзиклов «Музыка жизни» (6+) Алёной Семериковой.

«В КОМПАНИИ театралов» — уникальное пространство для всех, кто увлечён театром и культурой. Мероприятия призваны объединить людей, интересующихся искусством, и создать платформу для живого общения с профессионалами театральной сферы. В клубной атмосфере гости делятся своим опытом и вдохновением.

Ранее в рамках клуба состоялись встречи с директором Пермского театра оперы и балета Анной Волк и главным дирижёром Владимиром Ткаченко, исполнительным директором Театра-Театра Егором Мухиным и главным хормейстером musicAeterna Виталием Полонским.





Учредитель: ООО «РИА ИД «Компаньон»
Издатель: ООО «РИА ИД «Компаньон»
Генеральный директор: Крошечкина Л. Л. (llk@newsko.ru)

Адрес редакции и издателя:
 614000, г. Пермь, ул. Монастырская, 15, оф. 402

Адрес для писем: 614000, г. Пермь, а/я 82

E-mail: office@newsko.ru

Телефон: (342) 206-40-23

Главный редактор: Усольцева Ю. И.

Дизайн и вёрстка: Бухарина Н. В.

Фотографии предоставлены героями материалов
 и с сайтов freepik.com, unsplash.com

pdf журнала на сайте newsko.ru

Журнал зарегистрирован Управлением Федеральной службы
 по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций
 и охране культурного наследия по Приволжскому федеральному округу.
 Свидетельство о регистрации ПИ №ФС 18-3054 от 3 ноября 2006 г.

Тираж: 3000 экз. Заказ № 340438

Адрес типографии: ООО «Астер Плюс»,
 Россия, 614064, г. Пермь, ул. Усольская, 15Г, этаж 1, помещение 8
 Тел. +7 (342) 254-04-95

Дата выхода в свет: 09.12.2025

Цена свободная
 © Журнал «Компаньон magazine» №4 (135), декабрь 2025

Любое воспроизведение материалов или их фрагментов возможно только с письменного разрешения редакции.
 Точка зрения авторов может не совпадать с мнением редакции.

Материалы, присланные в редакцию, не рецензируются и не возвращаются.

Редакция не несёт ответственности за содержание материалов, опубликованных на правах рекламы.



NEWSKO.RU