

Предлагаем вашему вниманию интервью с человеком, необычайно популярным в российском Интернете. Его домашний сайт назван www.samiznaetekto.ru. Его студия создала множество коммерческих сайтов, три баннерные рекламные сети. Заявления студии похожи на манифест: «У нас стоят такие же компьютеры, как и у вас. Программы тоже ничем не отличаются. Но мы знаем, как выжать из техники такой дизайн, который переживет все наши принтеры и мониторы на много лет. Для самого главного нашего инструмента – головы – вы не найдете инструкции».



Артемий Лебедев: «Никакого Артемия Лебедева на самом деле не существует»

– Вы необычайно популярны, и это вызывает профессиональное уважение рекламиста. Расскажите о происхождении вашей известности. Например, дизайнер Андрей Логвин довольно долго посылал креативные открытки всем своим знакомым на праздники, потом сделал знаковые для нашего времени работы из икры «Жизнь удалась» и т.д., а когда выступает, всегда провоцирует публику, превращает любое обещание в шоу. А как стало известным имя Артемия Лебедева?

– Думаю, что известность этому имени принесли сразу несколько обстоятельств. Во-первых, никакого Артемия Лебедева на самом деле не существует. Есть команда из 35 человек, которая ежедневно работает на то, чтобы это имя «росло». Один человек просто не в состоянии сделать столько проектов! А все началось с того, что в 1996 году собралась команда молодых и бедных людей, придумала довольно дурацкое имя и решила им «прикрыться». Получилось очень удачно. В то время как один «Лебедев» сидит и отвечает на почту, другой рисует сайты. Третий пишет концепции, четвертый занимается рекламой. Попробуйте поконкурировать с такой оравой!

– Вслед к первому вопросу – как поддерживается известность? Я посмотрел немного из ваших работ, но кое-что обратило на себя внимание: название вашего домашнего сайта samiznaetekto.ru, свободно распространяемые забавные плакаты для развешивания на desktop, серийная реклама с штрих-кодом – символом вашей студии, подача себя как киностудии (слоган «Смотрите на экранах») – это все инструменты сознательного поддержания известности? Какими еще приемами вы можете поделиться?

– Как я уже и сказал, поддерживается известность не человека, а брэнда, в данном случае – имени. Причем выдерживается очень жесткий стиль: как можно писать имя, а как нельзя; как по-русски и как по-английски. Для закрепления образа активно используется знак со штрих-кодом. Кстати, он родился совершенно случайно. Когда было придумано это имя, его послали одному из участников команды по факсу. Факс, разумеется, слова смазал, и получился настоящий штрих-код! Когда этот человек пришел к нам из дома (куда ему посылали факс), он весь сиял – в руках у него был готовый логотип. Этот знак еще и потому хорош, что он соответствует нашей работе – фабрике качественных вещей. Мы сделали уже более ста сайтов, не считая наших полиграфических работ, знаков, стилей, сценариев и пр...

– Что такое, по-вашему, креатив в Интернете? Чего в нем больше – психологии, стеба, провокации, технологии?

– Креатив в Интернете ничем не отличается от креатива в любой другой области человеческого творчества. Есть много вещей, специфичных для сети, их, разумеется,

Кто такой Лебедев?

Легенда о штрих-коде

Креатив в Интернете



надо использовать (скажем, интерактивность). А так — никаких границ.

– **Каков ваш прогноз по поводу тенденций развития сети Интернет в России? В первую очередь я имею в виду не объемное развитие, а качественное.**

– Качественные проекты всегда будут в меньшинстве. И чем больше будет Интернет расти, тем меньше будет качественных проектов в процентном отношении.

– **Изменится ли (или уже изменилась) традиционная реклама в эпоху Интернета?**

– Думаю, что не изменилась. В России она осталась такая же плохая, безвкусная, дешевая и неинтересная. За последнее время мне встретилось не больше десяти работ, на которые не жалко было смотреть. Отметить хочется только агентство "Пропаганда". Например, их серию плакатов для газеты "Ведомости".

– **Что вы скажете по поводу словенского сайта www.ideacompany.si? Он стал победителем на европейском конкурсе рекламы Epica Awards.**

– Очень хорош.

– **Какие ваши работы (сайты) вам кажутся наиболее удачными и почему?**

– Моя самая удачная работа — сервер www.metro.ru, посвященный московскому метрополитену. Я его сделал еще в 96-м году и люблю до сих пор, потому что заказчиком по этому проекту я выступил сам. И реализовал там все, что мне хотелось.

– **Каковы главные причины успеха при раскрутке сайта Cityline или "Московских новостей"?**

– У успеха может быть только одна причина — это когда ты понимаешь, что ты делаешь и для кого.

– **Какие принципы построения ваших сайтов копируют (клонировают)? Например, сайта «Мобил Телеком», ММВБ и других?**

– Обычно клонируют макет. Это самая главная часть сайта — создать удобный и оригинальный макет. У большинства сайто-создателей кризис жанра наступает именно на этой стадии создания проекта.

– **Что лично вы любите делать более всего: структуру сайтов, программу их «раскрутки», картинки или, может быть, организовывать работу студии?**

– Я люблю создавать "изюминки" в каждом сайте. Начиная со сверхидеи проекта и заканчивая «мультиками» в графике.

– **Кто авторы серии саморекламных плакатов «Студии Артемия Лебедева»?**

– Идея изначально пришла в голову мне. А реализовать ее смог только один человек в России — Алексей Соловьев.

– **Алексей Соловьев и Рома Воронежский — люди в российском Интернете довольно известные. Как вы с ними познакомились? Можете сказать пару слов о них?**

– С Алексеем Соловьевым я познакомился на вокзале, где он работал грузчиком. Пока он вез мои чемоданы, мы разговорились, и он проявил безумный интерес к компьютерам. Он начал у меня верстальщиком, а теперь работает в области image manipulation. Рома Воронежский восемь лет работал в РАО ЕЭС на разных около-компьютерных задачах. С ним я познакомился по сети и пригласил в свою команду через несколько лет после знакомства.

– **Ваши перспективные планы?**

– Чтобы сегодняшние достижения показались одной сотой процента от того, что будет сделано через пять лет.

Беседовал (по e-mail) Андрей НАДЕИН



▲ Пародии на рекламу — любимая тема автора: «Новый герб города Москвы», серия «Пожалуйста, заплатите налоги»



Реклама студии Лебедева беззащитно нескромна, но этим и мила. Серия "Новые виды", "Новые батареи", "Новые дороги", "Новые власти", "Новые прически", "Новые машины", "Новые музеи", "Новые горизонты" построена на простой графической теме штрих-кода. Интересна и система распространения этой рекламы – картинки лежат на сайте design.ru и сопровождаются надписью: «Положите картинки на desktop, пошлите друзьям или повесьте на стенку!»

Творческий метод Лебедева – визуальная метафора и игра слов ("Дама с собачкой", открытка к 8 Марта, Look). Выставку своих работ на сайте автор предваряет слоганом "Креатив так и прет!", зарегистрированным как торговая марка



▲ Пародии на рекламу «Кинохит-98»: Absolut в компьютерном ключе, «Прорвемся, Коммерсантъ», «Ты, я и «Ротманс»»



▲ Alfabank.ru – промо-сайт новой услуги «Альфа-Банка» – карточки «VISA-Альфамобиль». На сайте анимирована классическая игрушка «За рулем»: машина с помощью курсора перемещается вправо-влево, а стены и столбы наезжают на нее. Дизайн сервера – полная противоположность корпоративному стилю «Альфа-Банка» – без строгих таблиц и сдержанных цветов



▲ Mobitelecom.ru – одна из «ранних» работ студии. Дизайн сайта породил множество подражаний в сети. Другие работы студии можно увидеть на их собственном сайте design.ru. Некоторые работы снабжены довольно подробным описанием



▲ Samsung.ru – корпоративный сервер Samsung в СНГ. Дизайн его выдержан в корпоративном стандарте компании. Удобная форма для поиска доступна в любом разделе сервера. Каждый раз, заходя на сайт, можно видеть на его титульной странице новое изображение одного из продуктов Samsung



▲ MN.ru – новостийный сервер газеты «Московские новости»