

Розкрито формулу успіху 16-річного художника Магомеда Довженка, який став затребуваним дизайнером Німеччини. Інформація буде корисною для організаторів естетичної освіти в українських школах.

Раскрывается формула успеха 16-летнего художника Магомеда Довженко, который стал востребованным дизайнером Германии. Информация будет полезной для организаторов эстетического образования в украинских школах.

Paper tells about formula of success of 16-year old artist Magomed Dovzhenko, who became a popular designer in Germany. Information will be helpful for the organizers of aesthetic education in Ukrainian schools.

УДК 37.011.32-056.45

КАК 16-ЛЕТНИЙ ДИЗАЙНЕР ИЗ ГЕРМАНИИ НАРИСОВАЛ СЕБЕ КАРЬЕРУ

Е. Татьянкина



Дизайн обложки для журнала Digital Arts



Дизайнер Магомед Довженко

Мотивы для футболок Nike, плакаты для рекламной кампании Fiat, иллюстрации для сайта американского рэпера Канье Уэста, дизайн обложки для британского журнала Digital Arts – все это в жизни Магомеда Довженко пройденные этапы. Стремительная история успеха одного из самых востребованных дизайнеров-иллюстраторов Германии кажется тем более невероятной, если учесть, что он – стопроцентный автодидакт¹ и что ему всего 16 лет.

А началось все 2 года назад с желания создать необычную аватарку² для онлайн-профиля. "Мне понравился не только ре-

зультат, но и сам процесс рисования и доработки рисунков на компьютере. Потом на мои картинки посыпались заказы от друзей и знакомых", – вспоминает школьник из Кельна Магомед.

Бунтарь и экспериментатор

Сегодня Магомед Довженко, или просто Маго, – заметная фигура в международной среде художников-иллюстраторов, этаким представитель "нового поколения". В тематических блогах³ полно заметок и комментариев в его адрес, в которых его называют то "экспериментато-

¹ Автодидакт, или Самоучка (др.-греч. αὐτός — «сам» и др.-греч. διδάκτοϛ — «обученный») — человек, самостоятельно получивший образование высокого уровня вне стен какого-либо учебного заведения, без помощи обучающего.

² Аватар, аватара, также аватарка, ава, юзерпик (от англ. user picture — "картинка пользователя") — изображение, картинка, используемая для персонализации пользователя каких-либо сетевых сервисов (напр., форумов, мессенджеров, чатов, порталов, блогов, социальных сетей, виртуальных миров и т. п.). Этот термин имеет происхождение от термина в философии индуизма, означающего на санскр. воплощение (божества). Цель использования аватара — отразить какие-либо специфические черты характера пользователя и помочь создать достаточно точное впечатление у собеседников о его внутреннем духовном мире и статусе.

³ Блог (англ. blog, от "web log" — сетевой журнал, или дневник событий) — веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в комментарии к блогзаписи или своих блогах). Людей, ведущих блог, называют блогерами. Совокупность всех блогов Сети принято называть блогосферой.

ром", то "бунтарем". Воспринимая похвалы как должное, Магомед совершенствуется и постоянно пополняет "арсенал" своих технических приемов – от оригинальной черно-белой графики до коллажа кислотно-красочных компьютерных элементов и рисованных от руки изображений.

"Рисование – это моя страсть, поэтому выполнение заказа для меня – не трудоемкая работа, а шанс пофантазировать. Иногда заказчики определяют конкретные рамки, но часто моей креативности не ставят границ. Поэтому смело можно быть смелым", – по-юношески просто заявляет талантливый самоучка.

Интернет как старт в карьеру

При этом мечтателем-романтиком уроженца северного Кавказа, в юном возрасте переехавшего с семьей в Германию из Грозного, совсем не назовешь. Уже в 14 лет от бесцельного "зависания" в сети он перешел к целенаправленному поиску профессиональных контактов в Интернете. Свои первые работы Магомед разместил на дизайнерской платформе Behance, и совсем скоро они обросли позитивными комментариями посетителей сайта.

Некоторые блогеры разместили его рисунки в своих блогах, дизайнеры предложили совместные проекты – так закрепились первые контакты в профессиональной среде. А вскоре поступило и первое деловое предложение – разработка графического мотива для футболок американской фирмы Dresscode.

После успешного осуществления первого заказа Маго было не остановить. Он буквально забросал своими резюме различные международные дизайнерские агентства с просьбой включить его работы в их картотеки.

"Мне было 14 лет. Я не боялся отказов и не думал о последствиях", – с улыбкой рассказывает талантливый тинейджер. Порой он даже скрывал свой возраст, чтобы не вызвать предвзятого отношения у потенциальных заказчиков. Однако чаще всего возраст играл наименьшую роль, а

самым убедительным аргументом оказывались неповторимые работы Магомеда.

Just do it!*

Вскоре, набравшись смелости, юный креативщик обратился во всемирно известную дизайнерскую сеть KDU (Keystone Design Union), штаб-квартира которой находится в Нью-Йорке. Быть занесенным в каталог этой сети означает попасть в рейтинг тысячи лучших дизайнеров-иллюстраторов мира. 16-летний Магомед Довженко сегодня входит в его первую десятку.

А дальше – как в сказке: участие в дизайнерских выставках, публикации в журналах, интервью и личный агент в придачу. Стали поступать заказы от таких гигантов, как Adidas, K2, Hennessy, Diesel, Johnson&Johnson. При этом успех не вскружил Магомеду голову, а научил думать прагматично. "Нужно в совершенстве владеть английским, искать и поддерживать профессиональные связи и уверенно заявлять о себе, ведь забыть о тебе могут очень быстро", – со знанием дела рассуждает юный художник. Его ближайшая цель после окончания школы – получить диплом дизайнера, а лет через пять открыть свое агентство в Нью-Йорке.

Не утонуть же в собственном эго при таком количестве похвалы, по словам Магомеда, ему помогает живой интерес ко всему новому, стремление сотрудничать с другими дизайнерами, обновлять старые и черпать новые идеи, двигаться и развиваться, следуя простому призыву одного из его именитых клиентов, компании Nike, – "Just do it!".

Джерело: "Німецька хвиля", http://www.dw-world.de/dw/article/0,,6004629,00.html?maca=rus-newsletter_ru_deutschland-2548-html-nl

* Просто роби!

Стаття надійшла в редакцію 22.09.2011 ■



Одна из работ Магомеда



Одна из работ Магомеда