

ПУБЛИКАЦИИ | ТИАМ 'А

Вандализм рекламы

Е. Е. Баумгартен, Л. А. Ильин

Наш век отличается небывалым доселе усложнением всевозможных проявлений городской уличной жизни, делающих пребывание в больших центрах с каждым днём все более невыносимым. Проявление жизни одной части населения часто бывает прямо опасно для жизни другой; ещё чаще оно утомляет нервы и покушается на чужой вкус.

Если вы избежали смерти или увечья от трамвая или автомобиля, не лишились глаза или уха из-за ломовика, то вам всё же приходится вдыхать автомобильную вонь, любоваться вспышками «часы омега» или наткнуться на похоронную процессию «спотыкач»; кроме этого, на каждом шагу вам предоставляется наслаждаться скульптурой, живописью и архитектурой нашего отечественного вывесочного искусства, махровый расцвет которого мы переживаем в настоящее время.

Причин таких невероятных эксцессов рекламы несколько: невозможная, доведённая до бессмыслицы конкуренция, кротость и равнодушие обывателя — в связи с безразличием властей, с одной стороны, и неудержимой изобретательностью творцов реклам — с другой; наконец, падение архитектуры.

Не то было в начале XIX века, когда Петербург только что облёкся в архитектурное великолепие екатерининских и александровских зданий. Тогда и вывески занимали скромное, предназначенное для них место; булочник удовлетворялся золотым кренделем, вино-торговец — виноградной лозой. Насколько выигрывал при этом архитектурный ансамбль, не разбитый никакими чуждыми ему добавлениями, — можно судить хотя бы по литографии, изображающей Невский у Дома голландской церкви.

В настоящее время, за исключением площади Зимнего дворца, Дворцовой и отчасти Английской набережных, нет кварталов, свободных от вывесок; некоторые же улицы обезображены ими до полного затмения архитектуры, вынужденной уступить место рекламам о чудо-ваксе, пилюлях «Ара», майском бальзаме и подобной пошлости.

В известной степени, поскольку дело касается новых построек, в этом виновата и сама архитектура, начавшая со второй половины XIX века заметно мельчать. Фасады, сами по себе малоинтересные в художественном отношении, стали покрываться дешёвой лепкой;

Дом голландской церкви на Невском проспекте.
Раскрашенная литография. 1830-е

Доклад был заслушан на IV съезде русских зодчих (Санкт-Петербург, 1911). Текст доклада опубликован в журнале «Зодчий» (1911. № 6. С. 63–64). Вместе с другими материалами съезда вошёл в состав издания: Труды IV съезда русских зодчих, состоявшегося в С.-Петербурге с 5 по 12 января 1911 г. под почётным председательством августейшего президента Императорской академии художеств её Императорского высочества великой княгини Марии Павловны. СПб.: Государственная типография, 1911.



2

нередки бывают случаи, когда искажается нелепыми вывесками дом, только что выходящий из постройки, т. е. в таком периоде, когда его непосредственный строитель ещё был бы в состоянии, путём соответствующей обработки фасада, направить будущую рекламу, если она уж так неизбежна, в надлежащее русло. Встречаются и такие случаи, когда части фасадов, соответствующие отдельным магазинам, обрабатываются самостоятельно, в независимых друг от друга «стилях». К фасаду в стиле, напоминающем Louis XII, прилепляется нечто в ропетовском стиле — à la russe, с кокошниками; мрамор заключается в деревянные рамки в духе ренессанса; голландская школа изображает «мясную, зеленую и курятную». Завершителем всего этого великолепия является неизбежный кинематограф в канканном стиле «сверх-нуво», во всех цветах радуги, со всеми мыслимыми и немыслимыми кривыми, с золотым солнцем и серебряными звездами. Рекорд в этом отношении побил Садовая улица, которой подобные образцы невиданно дикий вид придают удивительно кабацкий вид. Но ещё хуже дело обстоит в Москве, которая в своих увлечениях — как в хорошую, так и в дурную сторону — всегда была впереди Петербурга; неудивительно поэтому, что и вывески её, даже по сравнению с петербургскими, чудо из чудес.

Между тем примеры Западной Европы, тоже в общем несвободной от бича рекламы, показывают, что общее развитие культуры не обязательно должно сопровождаться ростом рекламного безобразия. В Берлине, правда, торговые артерии действительно страдают пестротой; но уже в Париже, с его однообразно благородным, простым стилем жилых домов, вывески не пестрят глаз и отличаются сравнительной скромностью; во Франции и в Италии очень часто можно видеть надписи: «défense d'afficher», «vietato affizione»*. Что же касается государственных и общественных зданий, то они нигде, кажется, не искажаются вывесками, — кроме России, где от этого не уберегли даже такие здания, как Св. синода (вывеска синодальной лавки на главном подъезде) или адмиралтейства (вывеска Морского музея)**.

Все виды искажения фасадов разного рода вывесками можно разбить на три категории соответственно искажениям кратковременного, долговременного и постоянного характера. К первой группе можно отнести декорации, сооружаемые на короткий срок, напр., при устройстве выставки; ко второй — такого рода вывески, которые хотя и устраиваются без ограничения срока, но у которых все части, по их удалении, не оставляют на фасадах следов порчи; к третьей — радикальные переделки фасадов, с проламыванием отверстий в стенах и с применением отделок, чуждых характеру данного фасада.

Ненормальное положение, в котором находится у нас дело вывесок, видно хотя бы из того, что в то время, как ничтожнейшее изменение части фасада (напр., постройка балюстрады или парапета) на главных улицах требует Высочайшего соизволения, для обезображивания разного рода вывесками трёх четвертей фасада на любой улице достаточно разрешения местной полицейской власти.

*
запрещается вывешивать (фр., ит.).

**
Особенно эффектно выделяется вывеска свечной лавки на фасаде Василия Блаженного. (Примечание редакции журнала «Зодчий».)

Дом голландской церкви на Невском проспекте. Фотография. Начало XX века



3

Дом голландской церкви на Невском проспекте, когда вывесок на его фасадах не было. Фрагмент акварели В. С. Садовникова. 1834–1835

Так как у нас сам автор постройки часто бывает лишён возможности охранять от искажения своё собственное произведение, следовало бы для обуздания антихудожественного самоуправства торговцев создать особые организации из художников, зодчих и вообще лиц, убеждённых в необходимости охранять приличный вид города; таким организациям надо предоставить известные полномочия по надзору за историческими памятниками зодчества и фасадами обывательских домов, а также по рассмотрению проектируемых вывесок. Зодчие же, с своей стороны, проектируя доходные дома, должны иметь в виду возможность помещения на стенах торговых плакатов и делать сами эскизы таких плакатов. Наконец, на домовладельцев надо действовать путём убеждения, доказывая им, что солидный вид дома всегда привлекательнее для его обитателей и что расходы по отделке фасада не окажутся лишними тогда, когда этот фасад будет открыт, представляя одно гармоничное целое.



Постановление съезда

Постановление IV съезда русских зодчих по докладу Е. Е. Баумгартена и Л. А. Ильина опубликовано в журнале «Зодчий» (1911. № 4. С. 30).

Постановлено:

1) признать, что уличная реклама в настоящее время не подвергается в подавляющем количестве случаев никакой эстетической регулировке (а только полицейской цензуре), в немногих случаях (и то только в Петербурге) регулируется в очень слабой мере, и что такое положение дела, нанося благолепию многих лучших частей столиц огромный вред, в дальнейшем исказит совершенно вид улиц в больших городах;

2) поручить бюро съезда обратиться к городским общественным управлениям, а в столицах, в Киеве, Одессе, Варшаве — к градоначальствам, с указанием на необходимость урегулирования уличной рекламы, наблюдение за которой должно лежать на городских комиссиях по благоустройству, — а также на то обстоятельство, что некоторые способы рекламы и виды вывесок абсолютно должны быть запрещены, для остальных же должны быть установлены нормы и правила.