

Фрагментарность изложения была подсказана «социальными сетями» (в которых эти фрагменты впервые начали появляться) и собственно вывесками.

ТЕКСТ

Различные по структуре, интонации, подчас—стилю, фрагменты эти препарируют тему, подобно тому как уличные вывески дробят фасад здания. Похоже, текст от этого только выигрывает. Чего нельзя сказать об архитектуре.

Мозаика из разнородных сюжетов, фактов, наблюдений, цитат создаёт определённый «стереоскопический эффект»—позволяет взглянуть на предмет разговора под разными углами зрения. А неизбежные зазоры между фрагментами оставляют свободное пространство для участия в разговоре читателя. Он волен заполнить их собственными размышлениями и выводами.

И ЕГО ФОРМА

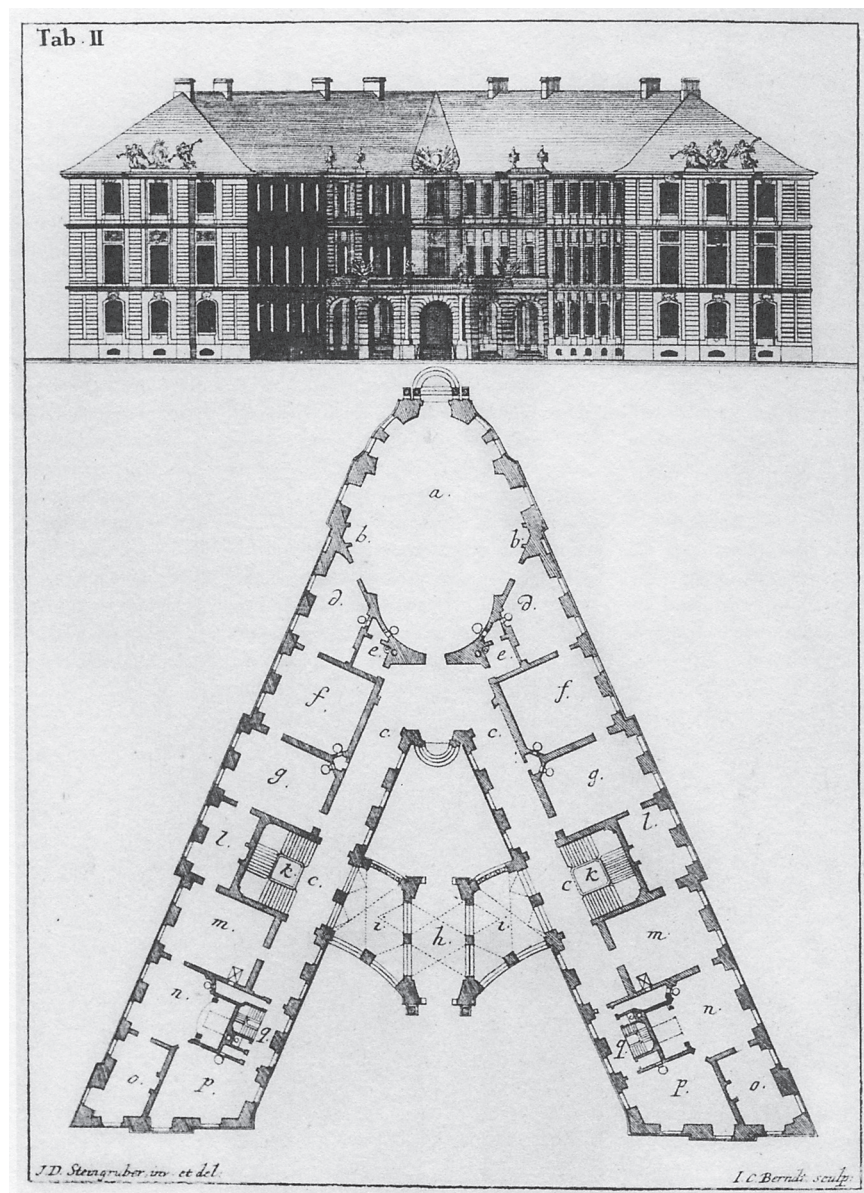
Читать такой текст можно в любом порядке. Допустим, раскрыв наугад страницу или следуя заголовкам, которые больше привлекли внимание. Заголовки—это ведь те же вывески. Чтение не по порядку означает, что выбран иной маршрут для «покупки», только и всего.

Вывески на фасадах лондонских домов.
Флит-стрит, около 1900



БУКВА АЛФАВИТА —
ЭТО ИСТОРИЯ
В СУЩНОСТИ
ЧЕЛОВЕЧЕСТВА.

ВЛАДИМИР ЛЕВИТСКИЙ. 1927



Изображение буквы А
в виде архитектурного плана.
Гравированный лист из
«Архитектурного алфавита»
Иоганна Штайнгрубера. 1773

ШРИФТ

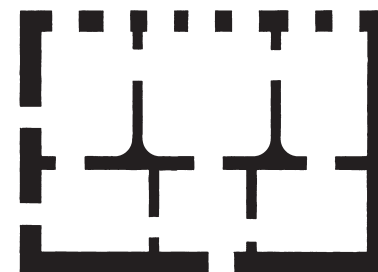
И АРХИТЕКТУРА

Связь между ними гораздо глубже и тоньше, чем принято обыкновенно думать.

Поясняя формальный аспект типографики, Эмиль Рудер неслучайно воспользовался «архитектурным» афоризмом Лао-цзы: **Стены с дверями и окнами образуют дом, но как раз пространство между ними составляет суть дома.** Как это понимать в применении к шрифту?

Типограф (подобно архитектору) одинаково ценит как само изображение буквы (стены и перекрытия здания), так и незапечатанное пространство внутри и вокруг неё (его проёмы, помещения и окрестности). Ведь незапечатанное, по Рудеру, — это не безликая пустота, но такой же полноценный элемент оттиска, как и сама буква. **Набор букв образует игру внутри- и межбуквенных просветов... Пространство, заключённое между типографическим знаками, — как бы силовое поле, линии которого обтекают печатные элементы.**

Разве в архитектуре не наблюдается нечто подобное? Форма и контрформа равноправно участвуют и в начертании слова, и в построении здания.



План выставочных залов в «Доме Крафта» (Тульский историко-архитектурный музей). Любой архитектурный план — это пластический образ организации пространства посредством форм и контрформ.

ТУЛЬСКИЙ
ИСТОРИКО-
АРХИТЕКТУРНЫЙ
МУЗЕЙ

Логотип музея.

Типографические знаки, оттиснутые на белой бумаге, улавливают, усиливают свет и сообщают ему порядок; они различимы лишь в сопоставлении с незапечатанными участками. Оттиск предмета порождает его антипод, и они вкуче обуславливают целое (Эмиль Рудер).



Итак, шрифт, как и архитектура, — вопрос пропорций (перефразируя высказывание Коко Шанель о моде*). А стало быть, очень важно, чтобы вывеска и фасад, на котором она поместилась, были также согласованы друг с другом в размерах. Это главное (хотя и не единственное) условие хорошей вывески.

* La mode est de l'architecture: c'est une question de proportions.

ИДЕАЛЬНАЯ ВЫВЕСКА

Здесь, как нигде, справедливо правило: «Лучше меньше, чем больше». Всегда выгоднее приглушить «звучание» рекламной типографики, нежели позволить ей беспрепятственно «солировать» на стене, забывая «голоса» архитектуры. Впрочем, размеры вывески во многом зависят и от способа её исполнения, и от особенностей фасада. Скажем, тяжеловесные материалы (металлическое литьё, эмалированные таблички) тяготеют к миниатюрности. Реклама, писанная красками непосредственно по стене дома, может заполнить собой всю её поверхность.

Стилистика вывески, её колорит и фактура, безусловно, тоже важны. Но, как правило, они предоставляют много больше возможностей при выборе, чем размеры. К тому же совсем необязательно стремиться к стилистическому подобию с архитектурой. Предпочтительнее решить дизайн вывески в нейтральном ключе. Возможно и доведение его до крайнего контраста с фасадом. В любом из вариантов в архитектуре здания нелишне найти убедительное подтверждение выбранному приёму. Здесь, как и в вопросе с размерами, решающую роль играют вкус и чувство меры.

Если попытаться сформулировать рецепт идеальной вывески, то ничего из этой затеи не выйдет. Его не существует. И дело не в бесконечном разнообразии архитектурных форм. Для любого фасада отыщутся сотни образцовых или, по крайней мере, эстетически грамотных решений. В сущности, всякий мастеровитый дизайнер способен создать хорошую, совершенно оригинальную вывеску, ни в чём не похожую на работу любого из своих коллег.

Вывеска сети кафе. Тула, 2016



Вывеска ресторана. Тула, 2006

ВЫВЕСОЧНОЕ

ДЕЛО В ТАКОМ ВИДЕ,
В КАКОМ

КУЗЬМА ПЕТРОВ-ВОДКИН. 1932

ОНО СОЗДАЛОСЬ У НАС,
ЯВЛЕНИЕ
ЧИСТО РУССКОЕ.

С первой трети XIX века в России установился своеобразный канон: вывеску изготавливали из листового металла и закрепляли плоско на стене здания. Такая конструкция применялась и в Европе, но у нас она стала настолько распространённой и привычной, что без особых изменений бытовала до середины XX столетия (а где-то можно встретить её и сейчас).

На вывеску шло кровельное железо толщиной 1–1,5 мм. Лист имел размеры 1×2 аршина*, и если вывеска была небольшой, её вырезали из целого куска. Длинные вывески составляли из нескольких листов, соединив их между собой пайкой или клёпкой и тщательно затерев замазкой швы, чтобы не были заметны. Хорошо, если железо было оцинкованным. В противном случае его внимательно изучали «на предмет ржавчины», выводили её с помощью керосина и затем прокрашивали (грунтовали) лист несколько раз подряд—обязательно с обеих сторон.

Прежде чем что-либо изобразить или написать, с тыльной стороны листа по периметру набивали планки—делали подрамник, чтобы железо «не играло». Астраханский мастер П. Коваленко советовал использовать планки прямоугольного сечения (1,25×0,5 вершка**) и приколачивать их к металлу ребром—подрамник получался жёстче, да и **вывеска сбоку казалась толстой, массивной** (вот далёкий прообраз современных гипертрофированных рекламных коробов!). По завершении работ с лица вывеску часто окантовывали багетом—для пущей жёсткости и красоты.

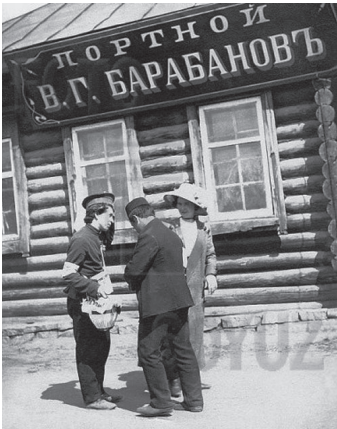
Чтобы закрепить её на фасаде, в стену дома равномерно (с шагом в 1 аршин) вбивали железные костыли в два ряда: нижний ряд—крюками вверх, верхний—наоборот, крюками вниз. Таким образом вывеска оказывалась заключённой между двумя рядами крюков. Но и это ещё не всё: для надёжности подрамник в нескольких местах приматывали к костылям проволокой. **Хорошо укреплённая вывеска сто лет простоит и её силой не сорвать**,—не без тщеславия заключал Коваленко.

Тяжеловесная материальность русской вывески составляла предмет гордости не только мастера, её изготовившего, но и заказчика-купца. Будучи, как правило, человеком приземлённым, практичным, он не мог не ценить её предметных качеств: протяжённости, веса, запаса прочности. Крепко сработанная вывеска его заведения служила осязаемой гарантией того, что и в заведении всё «всурьёз» и «по первому разряду»—что товары и услуги, поставляемые им, столь же прочны и надёжны, как и их реклама.

* 1 аршин = 0,7112 м
** 1 вершок = 4,445 см



Торговые вывески
конца XIX — начала XX века



РУСС



СИИРА



Из собрания Михаила Тенцера



Из собрания Михаила Тенцера



ЗМЕР



Как заказывали вывески в XIX веке? Характерную сценку находим в очерке А. А. Бахтиярова «Живописец вывесок» (1888):

- В мастерскую вошёл содержатель фруктового магазина в длиннополом русском кафтане, волосы подстрижены в скобку.**
- Мне бы вывесочку надо, новый фруктовый магазин открываю!
 - Какой величины вам вывеску?
 - Магазин займёт десять окон по линии, так чтобы видно было, что все они заняты под мой магазин.
 - Мы сделаем так: крупная—аршинная надпись протянется над всемидесятью окнами, так что и слепой разберёт фамилию вашей фирмы; а в простенках изобразим корзины с фруктами: грушами, яблоками и виноградом.
 - Напишите, чтобы они были как настоящие!
 - Не извольте сомневаться! Будет хорошо! Даже птицы слетятся клевать виноград ваш.
 - Ну а как цена?
 - Пять рублей с квадратного аршина.

Заметьте, ни слова не сказано ни об архитектуре дома «под вывеску», ни о цветовом решении его фасада, ни о свободном пространстве перед ним. Художника больше заботят «квадратные аршины» (помноженные на пять рублей), купца—чтобы и «слепой разобрал», чем он торгует. И никто из них не задастся вопросом: так ли важно, чтобы вывеску «разобрал слепой», когда зрячие буквально ослепнут от подобных размеров?



Наши представления о прошлом монохромны. Сквозь сепию старых фотоснимков проступают очертания лиц и улиц, обесцвеченных, кажется, самим временем. Отсутствие красок придаёт изображениям цельность, какой трудно достичь в реальности. Мы любим «старое доброе время» и за эту иллюзию цветовой гармонии, которую дарит монохромная фотография (ещё не осознавшая себя эстетическим приёмом). И уличные вывески, лишённые своей зазывной пестроты, не раздражают нас так, как раздражали когда-то современников.

ОСТОРОЖНО:



Типовая вывеска винной лавки. 1910-е. Государственный исторический музей, Москва



Вывеска чайной торговли. Конец XIX — начало XX века. Из собрания Леонида Лифлянда, Москва

ОКРАШЕНО!

Об их красках можно судить по считанным образцам из музейных хранилищ и частных собраний. Или по рекомендациям в популярном когда-то руководстве «Опытный маляр и живописец» (1895):

На дубовой поверхности можно вывести узорчатые буквы ультрамарином, заполненные листовым золотом и серебром и обрамлённые или обведённые жжёной сиеной.

На белом мраморном поле выводят золотые буквы, обрамлённые жжёной сиеной.

На стекле делают золотые буквы, оттенённые также жжёной сиеной.

На простом или шоколадном фоне золотые буквы оттеняют чёрным цветом.

На голубом фоне лучше всего выводить золотые буквы с двойным оттенком — чёрным и белым.

Очень красивы также белые буквы на синем фоне, оттенённые чёрным.

На пунцовом фоне можно выводить розовые буквы, оттенённые белым.

На фоне из смеси ультрамарина и киновари — белые буквы, оттенённые светло-серым.

На фоне из чистой киновари можно вывести буквы хромовой желтью и затем киноварью и лаком; оттенение чёрное.

Для справки: жжёная сиена — краска красно-коричневого цвета.



Вывеска рыбной лавки. Начало XX века. Государственный музей истории Санкт-Петербурга

Б. Кустодиев. Живописец вывесок. 1920

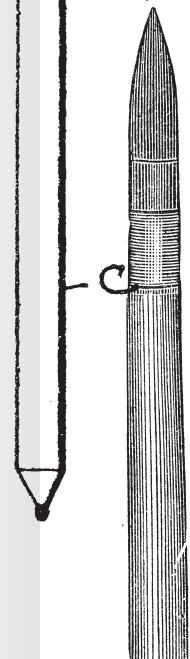
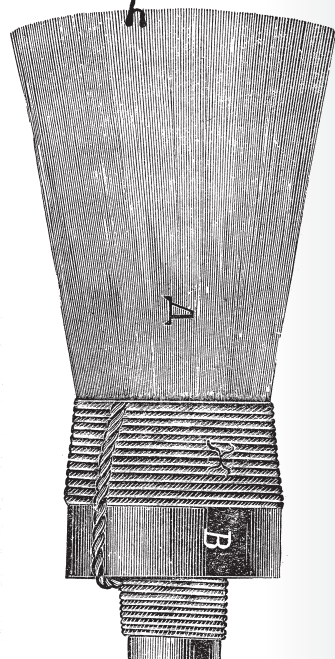
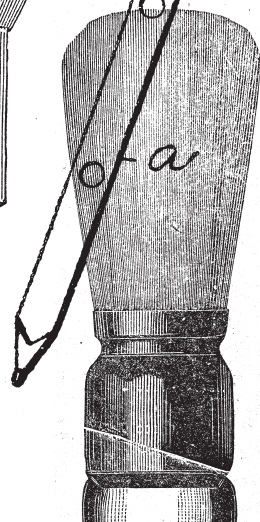
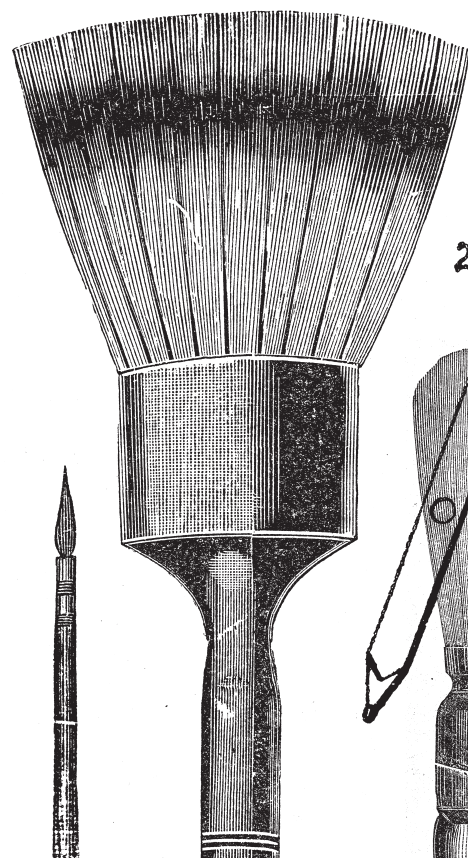


ИНСТРУМЕНТАРИЙ

3 вида мольбертных стоек,
1 мольберт,
несколько муштабелей разной длины (от 0,5 до 3 аршин),
1 линейка,
1 угольник,
1 рейсшина с вращающейся головкой,
1 стол или доска для рисования,
несколько малярных и живописных кистей,
2 флейца,
1 позолотный нож,
1 позолотная четырёхугольная лапка,
2 шпателя,
1 мастихин,
1 палитра,
1 кровельные ножницы,
1 бородок,
1 зубило,
2 молотка,
1 пила,
1 рубанок,
1 клещи,
1 шлямбур (пробойник для каменных стен),
1 паяльник,
1 клеенка,
1 сито,
1 мраморная плита размером 10х10 вершков,
1 курант для растирания красок,
несколько посуды-кондюшек
(баночек для разведенных красок,
которые делаются самим мастером
из обрезков жести или железа).

Вот главные необходимые инструменты, которые, кстати, можно всегда и везде приобрести приличную* вполне обставить мастерскую.

* В ценах 1916 года.



ТАК КАК СТРОИТЕЛИ,
А ТАКЖЕ живописцы
и другие
ДЕЛАЮТ НАДПИСИ НА СТЕНАХ,
ТО НЕОБХОДИМО,
чтобы они научились
ПРАВИЛЬНО
ДЕЛАТЬ БУКВЫ.

О ШРИФТЕ НАСУЩНОМ



Три цитаты из старых практических руководств:

Вывеска должна быть ясной, должна резко выделяться на окружающем её фоне, с чёткой надписью простыми, для каждого понятливыми (так в оригинале.—А. Д.) буквами, с точным указанием фамилии фирмы и, главное, рода товара (если это у торговца).

Шрифт должен быть красив, выдержан в определённом стиле, он должен привлекать внимание своей оригинальностью и в то же время быть разборчивым, понятным, не вычурным и легко читаться с большого расстояния.

Удовлетворить всем этим разнообразным и противоречивым требованиям совершенно невозможно без специальной подготовки, без знакомства с характерными особенностями и основными элементами различных шрифтов. Положиться только на личный вкус и художественное чутьё здесь никак нельзя. Надпись, рассматриваемая с расстояния 10 метров, может выглядеть совершенно иначе, чем с расстояния в 1 метр, так как некоторые более тонкие линии или недостаточные промежутки между буквами могут при этом исчезнуть для зрителя. Стиль надписи очень легко нарушить всего одним или двумя неправильно проведёнными штрихами или завитками. Оформление надписи может «убивать» шрифт, или, наоборот, шрифт может подавлять оформление — и так далее. Словом, исполнитель надписи сталкивается с целым рядом специальных затруднений, которые нужно знать...



Панорама Торговой площади. Вязьма.
Начало XX века

Табличка извозчика. Тула, начало
XX века. Из фондов Тульского
областного краеведческого музея

ЭТАЛОН

Выцветшая фотография. Провинциальный город. Уходящая в перспективу улица (из торговых) напоминает раскрытую книгу. Вывески на её фасадах-страницах — по сути, тот же набор случайных слов, которыми наполняли когда-то шрифтовые каталоги: МЪХА, НОМЕРА, ЮЛИЙ ЦЕЗАРЬ, МАЗУТЬ, НОТАРИУСЪ, ИМЪЕТСЯ ВЕЗДѢ... По крайней мере, репертуар шрифтов абсолютно тот же — типографский.

Это поначалу смущает. Это кажется невероятным: рисованные от руки вывески, аршинной высоты буквы, и вдруг — эти буквы с точностью повторяют рисунок печатных литер. Как такое было возможно?

Разгадка проста: типографские шрифты и служили чаще всего образцами при написании уличных вывесок. **Лучше всего брать шрифт из типографии, где за небольшую сумму всегда оттиснут несколько азбук шрифта для руководства,** — советовал астраханский мастер П. Н. Коваленко в своём пособии для вывесочных живописцев (1917).

В будущем я издам специально вывесочные шрифты, а может быть, и целые вывески в рисунках, — планировал Коваленко. Знал ли он, что оборотистый московский издатель М. П. Петров к тому времени уже выпустил несколько «Альбомов шрифтов для гравёров и живописцев»? И хотя на их титульных листах значилась художником мадам В. Волкова, в основу этих альбомов легли те же наборные шрифты. И названия их (чтобы не путаться) сохранены были прежние, взятые из типографских каталогов: Английский, Итальянский, Египетский, Ренессанс, Каллиграфия...

Выписывайте изъ книжнаго склада

М. П. ПЕТРОВА.

МОСКВА, Волхонка, д. 1.

Альбомы шрифтовъ для гравировъ и живописцевъ. Худ. В. Волкова. Вып. I. 8 табл. — Шрифты: Модернъ, Русскій вязью, Англійскій, Рококо, Готическій, Славянскій, Декаденсъ, Итальянскій и Каллиграфія. Ц. 50 к. Вып. II. 8 табл. — Шрифты: Французскій, Ренесансъ, Египетскій, Готическій, Современный русскій, Рондо, Ренессансъ, Русскій, Модернъ, Древне-русскій, Итальянскій и Ренесансъ. Ц. 50 к.

Вып. III. — Шрифты: Готическій, Модернъ, Французскій, Ренессансъ, Итальянскій, наклонный, сложный, Готика, Греческ., Англійск. Ц. 50 к.

Рекламное объявление. Москва, 1917

АНГЛИЙСКИЙ

А Б В Г Д Е

РЕНЕССАНС ПРОПИСНОЙ

А Б В Г

ИТАЛЬЯНСКИЙ

А Б В Г Д Е Ж

ЕГИПЕТСКИЙ ЖИРНЫЙ

А Б В Г Д Е

ЕГИПЕТСКИЙ ШИРОКИЙ

А Б В Г Д Е

Образцы наборных шрифтовых гарнитур из книги «Шрифты и их построение». Москва, 1927

СОБЫТИЯ ПРОШЕДШЕГО
НЕ РЕДКО СУЩЕСТВЕННЫ
И ЦЕННЫ
ДЛЯ РАССМОТРЕНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ
НАСТОЯЩЕГО.

КЕВИН ЛИНЧ. 1972

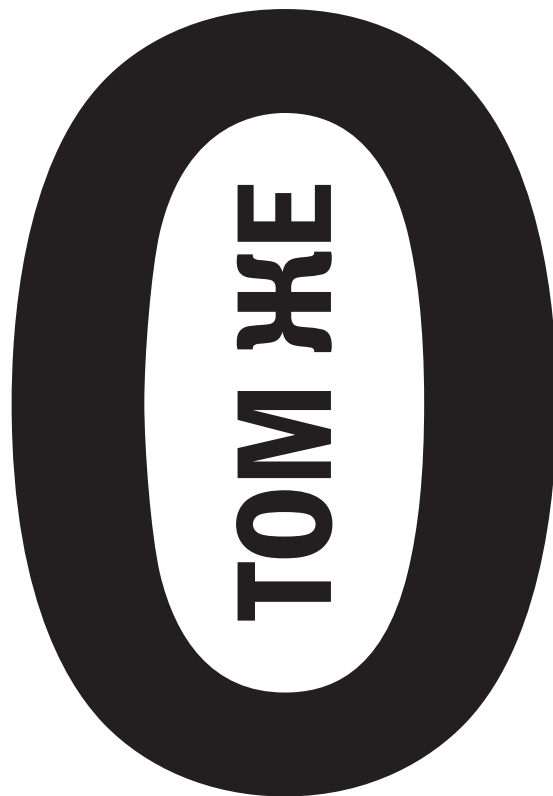
180 ЛЕТ НАЗАД

Ровно сто восемьдесят лет назад в московской типографии И. Смирнова было отпечатано странное, на первый взгляд, сочинение. Его автор, озабочившись тем обстоятельством, что **никто до сих пор не обращал любознательного взора на вывески**, взялся составить их **верное и отчётливое описание**. Кроме странностей, замысел этот чреват был немалыми хлопотами. **Какая пестрота, какое разнообразие представятся вам при взгляде на московские вывески**, — восклицает автор на первых же страницах, — **нет пяти из них, которые были бы совершенно сходны между собою. Вкус и безвкусие, богатство и бедность, огромность и миниатюра перемешаны вместе в сих указателях московской промышленности.**

Как бы то ни было, благодаря этой маленькой книжце мы имеем исчерпывающее представление о русской уличной рекламе первой трети XIX века. А главное, вывод, к которому приходит автор в заключение своего обзора, — драгоценное мнение современника, пристрастного ревнителя городских видов: **Разнообразие и уродство их** [вывесок] **безобразят московские улицы и делают их какими-то карикатурными галереями, утомительными для глаз каждого. Почему бы все вывески, сколько возможно, не привести к единству? Почему не сделать их однообразными, не дать им формы одной, постоянной? Тогда бы в глазах не пестрела разнохарактерность, и смешение безобразия со вкусом не утомляло бы взоров.** Предложение, конечно, радикальное, но звучит современно, не правда ли?



Обложка книги



Что за странное название услуги — МСУТИРИД? Что изобразил художник на вывеске «Эко пиво!»? Какую рекламу предпочитали столичные куафёры? Всё это — «и многое другое», как добавляют в подобных случаях, — читатель узнавал, взяв в руки августовский номер «Иллюстрации» за 1848 год. На первых страницах газеты была опубликована статья анонимного автора Т. — краткий обзор петербургских вывесок. Тема эта так воодушевила редактора, что он снабдил текст примечаниями, по объёму соизмеримыми с самой статьёй. Иллюстрации, вопреки названию газеты, в тексте отсутствовали.

Нам, как обычно, ценно мнение современника, высказанное о вывесках в этой публикации: **Образованные купцы и фабриканты не прибегают теперь к ухищрениям ни в изображении товаров, ни в сочинении надписей; но, дорожа своею известностью, пишут на вывесках одну фамилию и номер лавки.** Нам кажется, что самые красивые вывески — простые надписи по чёрному грунту, с накладными металлическими выпуклыми буквами, недавно изобретёнными и уже украшающими многие лавки и мастерские в Санкт-Петербурге.

ГОДЪ 4-й. ТОМЪ СЕДЬМЫЙ.

1848. — № 30.

СУББОТА, 28-го АВГУСТА.

І. СЛОВЕСНОСТЬ.

І. ПЕТЕРБУРГСКАЯ ВЫВѢСКИ.

Нѣтъ въ благоустроенномъ государствѣ предмета, который не былъ-бы достоинъ наблюденія любознательнаго человѣка. На этотъ разъ мы хотимъ взглянуть на вывѣски при входахъ въ лавки, надъ мастерскими и вообще торговыми заведеніями. — Не говоря уже о томъ, что вывѣски по прямому назначенію своему должны знаменовать съ собою, такъ сказать, мѣста, которое онѣ украшаютъ, по качеству, искусству и изобрѣтательности, проявляющихся въ рисун-

финъ, — одни краснорѣчиво говорятъ за себя.² Надъ суровскими лавками на вывѣскахъ изображаютъ разнаго рода тканья, на другихъ-же пишутъ только фамилію купца. Но надъ лавками, въ которыхъ продается готовое кучерское платье (по Садовой) представляютъ иногда кучеромъ въ нарядныхъ синихъ кафтанѣхъ, впроцѣмъ почтительно снимающихъ передъ публикою шляпу.³ — На вывѣскѣ портнерныхъ лавокъ рисуются бутылки съ *ярными* пивомъ, пѣнищимся подъ вышпенною пробкою; тутъ помѣщается и надпись: «съ респіціоною продажей», предвещающая покупателямъ, что они могутъ пить пиво, портнеръ и медъ въ самой лавкѣ.⁴ Входя въ лавки колоніальныя или гдѣ торгуютъ чаемъ, кофе и сахаромъ, украшаютъ видами,⁵ писанными

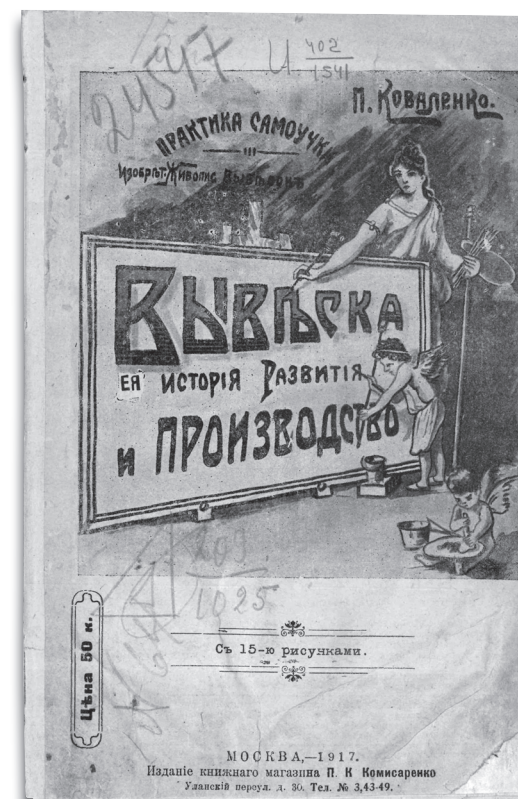
губахъ, или мастера, изготовляющіе сигары и табакъ.⁶ Надъ мясными лавками вывѣски представляютъ не только быковъ, барановъ и куръ на *тушномъ* кормѣ, но и самый бой. На одной изъ вывѣсокъ этого рода фантазія художника изобразила (въ Спасскомъ Переулкѣ) всѣ буквы алфавита изъ *разныхъ частей мяса*.⁷ Подобная затѣйливость въ картинахъ на вывѣскахъ всегда нравилась торговцамъ этой руки въ пріятной увѣренности, что это одно изъ вѣрнѣйшихъ средствъ къ привлеченію покупателей.

Все это вывѣски прямые, ясные, но есть и такія, которыя можно назвать *эмблематическими*. Такъ напримѣръ при одной изъ кондитерскихъ на Невскомъ Проспектѣ представлены были Азіяты огромнаго роста, дама и кавалеръ,



Вывесочное ремесло в России долгое время передавалось по старинке—от мастера ученикам. Знание не выходило за пределы узкого цеха—не распылялось, но при этом и не развивалось, особенно в провинции. Лишь в XX веке были изданы первые отечественные руководства, научавшие всех желающих, как грамотно загрунтовать поверхность, приготовить краски, разметить надпись... А кроме того, какие вывески бывают ещё—помимо массивных жестяных щитов, порядком засоривших городские улицы.

Первое из пособий называлось «Живописец вывесок. Практическое руководство по написанию вывесок на стенах, полотне, деревянных щитах, железе и других материалах» (1916). Её автор А. И. Семенюк в подробности излагал техническую сторону малярного дела, к сожалению, почти не касаясь самих приёмов «написания вывесок». Следом появилась брошюра «Вывеска, её история, развитие и производство. Практическое руководство для специалистов и любителей» (1917), написанная астраханским мастером П. Н. Коваленко. Она наполнена живым языком и богатым опытом этого безусловно талантливого «практика-самоучки» и «изобретателя» (как сам себя аттестовал на титульном листе автор). **В наш век прогресса нет места тайнам, и что знаю и делаю я, пусть знают другие,**—пояснял Коваленко свои намерения.

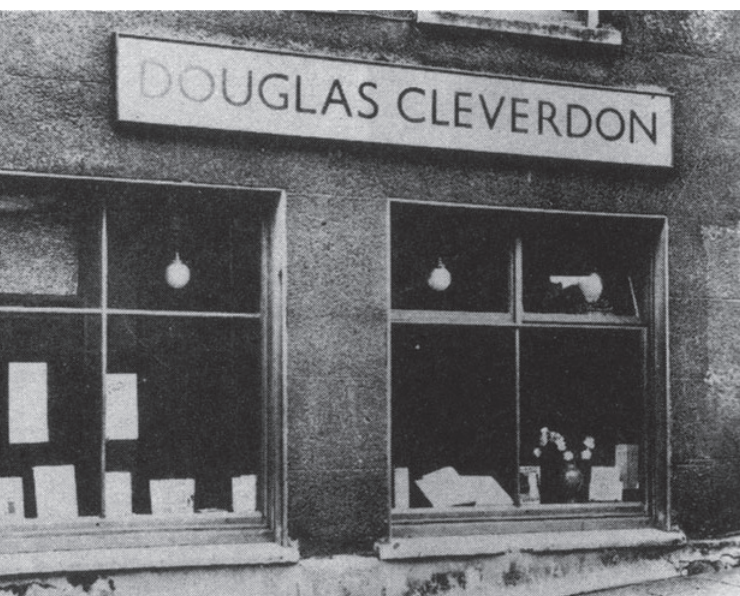


Оба руководства появились почти одновременно—с разницей менее, чем в год. Одно—в Петрограде, второе—в Москве. И похоже, ни их авторы, ни издатели даже не подозревали друг о друге. Тем курьёзнее выглядит сравнение книжных обложек. На первой из них рекламу малюет самоуверенный сатир, и хотя читателю не видно, что он успел изобразить, содержание вывески более чем прозрачно, судя по реакции гномов за его спиной. На второй—в роли «вывесочного живописца» представлена некая муза*, у которой в помощниках пара крылатых путти.

Обе обложки не ахти какой графики. Но здесь как раз важно не качество рисунка, а невольный (случайно неслучайный) контраст сюжетов. Разве не передаёт он двойственную природу самой рекламы—её неустанные колебания между низменным и высоким, между корыстью и пользой, между поделкой и мастерством? Как хочется (поддавшись простодушию этих обложек), чтобы реклама держалась подальше от пошлого, ограниченного сатира. Поближе к музе, пусть и безымянной.

* Как известно, древние греки почитали живопись за ремесло, не имевшее муз-покровительниц.

AN ENGLISH



Эрик Гилл. Вывеска книжного магазина Дугласа Клевердона. Бристоль. 1926

Это чисто английская история. Могла ли она случиться где-то ещё? Возможно. Только не в России.

Весной 1927 года консультант по типографике корпорации «Монотайп» Стэнли Морисон навел в Бристоле своего знакомого по имени Дуглас Клевердон. В прошлом году тот открыл книжный магазин, и Морисон, поднимаясь по Шарлотт-стрит, ещё издали обратил внимание на его вывеску. Простая элегантная надпись: имя владельца и ничего более. Взглядом профессионального типографа Морисон оценил новизну буквенных форм. Утилитарность сочеталась в них с респектабельностью. Консерватизм — с желанием выйти за его пределы.

Художник, изготовивший вывеску, был хорошо знаком Морисону: гравёр и скульптор Эрик Гилл, в силу социалистических взглядов и христианского смирения именовавший себя просто камнерезом. Их связывали общие интересы, родство мировоззрений, а с недавнего времени и деловые отношения. Обладая феноменальным чувством формы, Гилл выполнил для корпорации «Монотайп» эскиз оригинального наборного шрифта (в будущем получившего известность как Перпетуя). Вывеска книжного магазина в Бристоле (Шарлотт-стрит, 18) навела Морисона на мысль заказать Гиллу ещё один эскиз...

BRITISH RAILWAYS

STORY



Уже через год «Монотайп» выпустил новую шрифтовую гарнитуру под названием Гилл Санс (рубленный шрифт Гилла). В его рисунке разумно соединилось традиционное и новаторское: незыблемость монументальных надписей Древнего Рима и острота шрифтовых исканий 1920-х годов. Помышлял ли Эрик Гилл, работая над шрифтом, что тот будет утверждён как стандартный для Лондонской и Северо-восточной железной дороги? Им станут набирать названия локомотивов и станций, вокзальные таблички и указатели, расписания поездов и меню вагонов-ресторанов. С момента своего основания издательство «Пингвин-букс» будет использовать его для серийного оформления книг, а впоследствии и Англиканская церковь выберет Гилл Санс для своих изданий. Компания «Эппл» установит его на компьютерах в качестве системного, вещательная служба Би-би-си обновит с его помощью фирменный стиль, рок-группа «Блок пати» применит в дизайне дисков и афиш...

А началась эта история с простой уличной вывески шириной в полтора окна.



Вывеска Британских железных дорог по стандарту 1948 года

Эрик Гилл (крайний слева) и сотрудники Лондонской и Северо-восточной железной дороги на фоне локомотива «Летучий шотландец». Станция Кингс-Кросс, Лондон. 1933

Афиша рок-группы «Блок пати». Тур по Австралии «Близость». 2008

ПАРАДОКСАЛЬНАЯ СИТУАЦИЯ:

ЧЕМ БОЛЬШЕ СТАНОВИТСЯ
АРСЕНАЛ

ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ,
ТЕМ НИЧТОЖНЕЕ ОКАЗЫВАЮТСЯ

СПОСОБНОСТИ

ТЕХ, КТО ИХ
ИСПОЛЬЗУЕТ.

ЭРИК ГИЛЛ. 1931