# СТИЛЬ ЖИЗНИ

# Мобильник для Станиславского

## Юрий Грымов меняет имидж Большого театра

**Майя Крылова**

**Позиционирование Большого театра на рынке театральных услуг теперь напрямую зависит от Юрия Грымова. Дизайнер, клипмейкер, фотограф, кинорежиссер и театральный постановщик добавил к списку своих профессий должность помощника директора ГАБТа по имиджевой политике. Вчера журналистам официально представили брэнд-бук с новым фирменным стилем театра. Обозреватель «НГ» расспросил Юрия Грымова о подробностях проекта.**

**– Юрий, у вас что, хлопот мало? Теперь еще и Большой театр...**

– Мне интересно разрабатывать фирменный стиль главного музыкального театра страны. Двенадцать лет я делаю рекламу, почти столько же занимаюсь режиссурой. Мне показалось, что сочетание двух этих качеств (что, кстати, и привлекло директора ГАБТа Анатолия Иксанова) может пригодиться Большому театру, но при этом я абсолютно не лезу в художественную политику и в репертуар. ГАБТ очень сильно заявлен в истории, и для того чтобы сделать эту работу, пришлось перелопатить горы литературы. Это не просто на заборе написал. Надо было разобраться, что такое Большой вообще и на данном этапе развития.

**– До получения этого заказа вы бывали в Большом? Вам нравилось?**

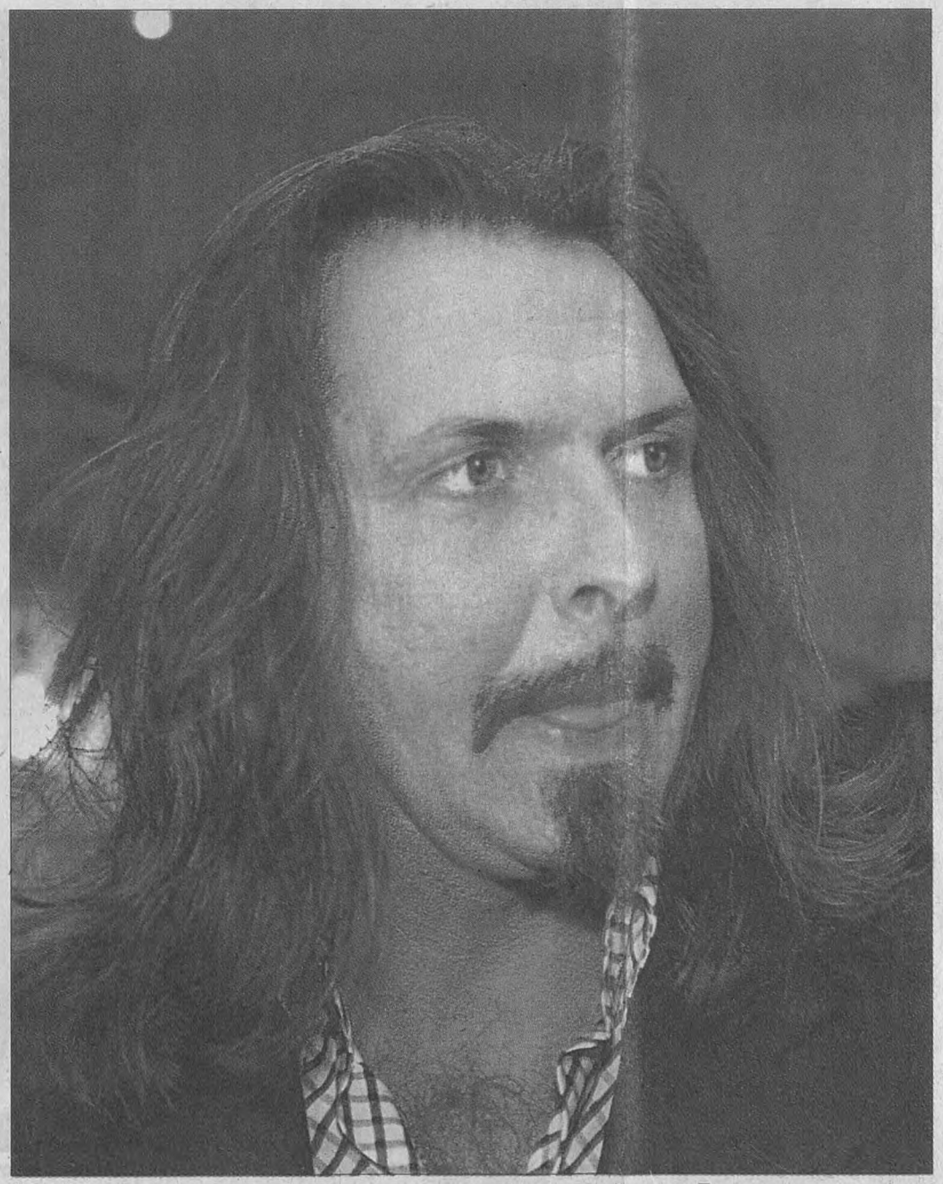
– Бывал. Нравилось не всегда. По-моему, на каком-то этапе у нас забыли, что музыкальный театр – это современный вид искусства. Большой почти перестал развиваться во времени. На вопрос, почему молодежь не идет в театр, ответ лежит на поверхности: потому что там они не находят ничего, что сегодня происходит в сознании человека. Когда Вахтангов ставил «Принцессу Турандот», он сделал спектакль, который идет много десятилетий и все время откликается на злобу дня. Там группу «Блестящие» обсуждают.

**– А в полуголодное советское время обсуждали «турандокторскую колбасу».**

– Да, есть этот сиюминутный кайф. Когда в зале во время спектакля зрители не вырубают телефоны – это катастрофа. Но может быть, это и напоминание о том, что все изменилось? Что мы живем в эпоху новых коммуникаций, нового способа общения? Если бы у Станиславского и Немировича-Данченко были мобильники, они бы успели сделать гораздо больше.

**– Значит, в новом фирменном стиле ГАБТа вы совместили пиетет к истории и любовь к сиюминутному кайфу?**

– Когда вы смотрите на логотип «Мерседеса», вы видите звездочку, которая ничего не выражает, кроме самой себя. В логотипе ГАБТа я хотел иного: найти современный язык для театра с огромным прошлым, чтобы каждый идентифицировал брэнд, который существует двести пятьдесят лет, с определенными визуальными приметами. Главное – чтоб вы за километр видели рекламу Большого и мгновенно ее узнавали без всякой подписи. Стиль должен лаконично выражать все, что люди представляют себе, когда произносят «Большой театр»: это театр российский, государственный, академический и знаменитый. В принципе уже существовали какие-то вензелечки, ими писали слова «Большой театр». Но кто об этом помнит? И каждый раз возникали проблемы в зарубежных поездках: продюсеры спрашивали, как визуально представить ГАБТ в рекламе, на афишах и т.д. А теперь на гастроли во Францию мы отправили папку со всеми разработками – и вопросы отпали сразу.



Юрий Грымов намерен радикально изменить фирменный стиль Большого театра.

Фото Натальи Преображенской (НГ-фото)

**– И что же в этой папке?**

– Все. Логотип, афиши, бланки деловой документации и образцы их заполнения, фирменные конверты, театральные билеты, контрамарки, календари, таблички для пресс-конференций, образцы уличных растяжек, визитные карточки и пропуска для сотрудников, даже номерки в гардеробе. Сила любого логотипа в том, чтобы у зрителя возникло ощущение: это уже было. Моя идея – сделать вариации на тему ампира. Ампир – это стиль высшего света, балов и торжественных случаев, он изысканно прост и романтически возвышен. И по времени возникновения этот стиль близок к дате рождения Большого театра. Мы используем четыре основных цвета. Золотой и черный – дорогие, благородные цвета, кроме того, они характерны для российского монархического флага, а ГАБТ всегда ассоциируется с императорским театром. Бордовый – цвет театрального убранства, цвет бархата. Голубой – цвет романтизма, невинности и неба, пространства и воздушности. Я хотел создать впечатление спокойствия и величавости без суеты и мелких деталей. Логотип круглый, как медаль, на нем изображен фасад ГАБТа, с колоннами и квадригой Аполлона на крыше. Под картинкой слова – «Большой» (слово «Большой» набрано крупно) и «театр». И дата основания – 1776 год. Есть вариант менее строгий: для обрамления используется растительный венок из листьев. Я сознательно работал с идеей некоторой вычурности, помпезности, театральности. Один из использованных мною шрифтов – рукописный, что подчеркивает историчность.

> Главное – чтобы вы за километр видели рекламу Большого и мгновенно ее узнавали без всякой подписи

**– Что еще войдет в фирменный стиль Большого?**

– Мы займемся всем, что связано с интернетом и продажей билетов через компьютер. Разрабатываем новый сайт Большого, он появится к началу следующего года. Там будет максимум оперативных сведений для журналистов, а информационная площадь увеличится на 400 процентов. Собираемся разработать стиль сувениров Большого. Знак такого театра не может быть на кожзаменителе, только на натуральной коже. Логотип не будет печататься на дешевой футболке. Но он появится, к примеру, на хороших часах или на качественной посуде. Разработаем стратегию рекламных обращений: информация о спектаклях ГАБТа не должна размещаться на заборе. Запустим специальную программу рекламирования звезд, солистов оперы и балета. Их имена должны знать, но в то же время недопустима ситуация с Волочковой: она решила, что не балерина для театра, а театр для балерины. На самом деле Большой много лет существовал до Волочковой и будет существовать после нее.

В Китае врач получает деньги за то, что вы не болеете, а не за обращение по поводу болезни. Моя задача – представить Большой так, чтобы поход в театр воспринимался как праздник. Тогда никто не захочет прийти на спектакль в джинсах, а женщины зимой, как было раньше, снимут сапоги и наденут выходные туфли. ■