

Юрий Грымов выступил в Большом театре с новым фирменным стилем

Каширская № 1 - 2003. - 5 июля - с. 21.

презентация ЛОГОТИП

Большой театр представил общественности свой новый фирменный стиль, разработанный известным мастером видеоклипов Юрием Грымовым на пресс-конференции, посвященной этому событию, побывал **СЕРГЕЙ ХОДНЕВ**.

Большой театр — это брэнд, и ничего тут не попишешь, а брэнд, как известно, надо позиционировать и продвигать. Этим и будет отныне заниматься Юрий Грымов в качестве свежеспеченного советника по имиджевой политике при гендиректоре Большого. Нового коллегу представляли публике генеральный директор Анатолий Иксанов и главный дирижер Александр Ведерников. Оба смотрелись благодушными, до-

вольными и слегка смущенными, а Юрий Грымов помимо благодушия источал недюжинный и заразительный энтузиазм.

Он рассказывал, пресса смотрела на экраны, где сменяли друг друга образцы фирменного стиля, и будущее театра рисовалось какой-то волшебной, восхитительной сагой. Служащие театра будут писать служебные записки на веленовой бумаге с раззолоченными виньетками; гардеробщицы, одетые в импозантные костюмы с вышитой новой символикой (или мундиры, чего уж там), будут выдавать посетителям нарядные номерки в узорчик, а их коллеги-капельдинерши — торговать программами, изысканными, словно рукописный молитвенник. Пользователи нового сайта, опы-

дизайна, будут еще сильнее опьяняться обилием выложенной информации (досье на всех солистов, роскошные фото постановок, доступ к международным оперным ресурсам и многое другое), простые горожане будут любоваться афишами и перетяжками, сделанными уж так очаровательно, что сразу будет видно: только Большой театр так может. Одним словом, вагнеровский «гезамткунстверк», единение искусств, внушительное, как «Кольцо нибелунга».

Все грандиозное здание нового стиля строится, как и положено, вокруг логотипа. Это круглая «медалька» с микроскопической титулатурой театра по краю, а в середине — главный фасад с подписью «Большой театр». Ничего лишнего, ничего неожиданного, если

только не считать дату образования театра, 1776, которая почему-то выведена не стройным шрифтом, а корявыми рукописными циферками. Этот кружок везде, только в разных случаях его окружают разные узорчики в разной цветовой гамме (новотвержденные фирменные цвета — бордовый, золотой, черный и голубой). Надо признать, что дизайнерская работа действительно сделана добротной и особенных нареканий по части вкуса не вызывает. Ну да, бордовая плюшевая занавесь, усаженная новосозданными золотыми кругляшками логотипов, которая служила фоном для пресс-конференции, — это довольно проблематичная репрезентация для динамичного и современного театра. Ну да, гардеробный номерок, изукрашенный,

как дамская брошка, — это забавно. Но, во-первых, общая стилистическая тенденция (господин Грымов почему-то обозначил ее словом «ампир») очень близка ко второй половине XIX века, к belle époque Наполеона III. И все эти милые завиточки, так удачно рифмующиеся с несколько китчевым талантом Юрия Грымова, так к лицу почтенному (сколько его ни модернизируй) малиново-золотому образу Большого, каким его знают все. И потом, это вообще очень в духе Большого — декорировать номерки и строить наполеоновские стратагемы имиджевой политики, когда половина старого здания оснащена столетней давности электропроводкой на 125 вольт, а давно обещанной реконструкции что-то пока не видно.