



18 мая 2015

👁 2958

Алексей Чекаль: «Церковь — это не бренд, а крест — не логотип»



Фото: rublev.com

Дизайнер, творчество которого посвящено преимущественно исследованию христианской изобразительной традиции, в интервью для Rublev.com рассуждает о современном церковном искусстве.

См. также:

[Корпоративный стиль Русской Православной Церкви: где его искать?](#)

— **Что такое церковный дизайн? Возможен ли вообще такой термин?**

— Дизайн я бы расшифровал как освоение и оформление пространства с учетом мировоззрения и пластической традиции. И не важно, пространство ли это листа бумаги, алтарной преграды, книжного блока или музейной экспозиции. Церковный дизайн, соответственно, учитывает особенности религиозных пространств от миниатюрных до архитектурных. И тут современное слово «дизайн» сбивает с толку непосвященного, поскольку декоративно-шрифтовыми вопросами христианский художник занимался с I века после Р.Х.

Но если иконопись и храмостроение — это очевидные церковные искусства для обычного прихожанина или священника, то мало кто обращает внимание на церковные орнаменты в археологических музеях, на развитие форм букв в рукописях, на монограммы в моливдовулах (византийских свинцовых печатях). А это все богатейшие источники, из которых мы можем узнавать принципы графического и шрифтового мышления христианских художников на протяжении веков и учиться в рамках церковной традиции идти вровень с эпохой.

— Существует ли корпоративный дизайн Церкви?

— Церковь — это не бренд, а живой организм, который дышит особым образом. И крест — это не логотип, а символ с более сложной структурой восприятия и применения. Можно привести пример с Хризмой* Константина: очень цельный графический знак имени Христа в течении времени и в разных странах приобретал совершенно разную окраску и стиль. Но всегда оставался узнаваемым. Так и христианство очерчивает догматический орос**, внутри которого есть место живому творчеству. Такой поход можно сравнить разве что с новой тенденцией в современном дизайне, где разрабатываются стили с множественными случайными вариантами использования, то есть живой, меняющийся стиль.

Обычный корпоративный дизайн ставит более жесткие рамки, как в секте, своеобразные ограничения: делай так и так, а если шаг в сторону, то вышел из фирменного стиля или из заданного направления. Для Церкви в целом это будут шоры, как типовая застройка храмов, к которой я отрицательно отношусь. Каждый храм — это свой неповторимый мир, он не может быть типовым, и стоящие в нем прихожане — совершенно разные люди, но их объединяет Христос. Объединять Церковь должен не единый стиль под гребенку, а тонкий вкус, знание истории искусства, талант, живое отношение к графическому и символическому преданию, внимание к деталям. Единство в многообразии!



Хризма на барельефе из римского саркофага, середина IV века, Wikipedia

— То есть, по вашему мнению, он вообще невозможен?

— Когда появляются подобные предложения, кроме улыбки или досады они ничего не могут вызвать. Но, конечно, оформление более мелких структур, фирменный стиль прихода, организации, сайта, фонда или конференции — это реальная задача, и ее всегда интересно выполнить.

— **Какие наиболее заметные с точки зрения дизайна церковные проекты вы могли бы привести в пример в качестве внимательного отношения к теме? Выставки, форумы-конференции, издания, сайты?**

— Хороших проектов много, но приведу совершенно разные по стилю и подходу.

Добротная, простая и проверенная работа — сайт pravoslavie.ru. Тут соблюдено равновесие между удобствами для читателя и орнаментальными графическими элементами.

И, как совсем другой полюс — экспериментальная работа Юрия Гулитова «Первая молодежная соборная встреча. День славянской письменности» (2010). Логотип и стиль отталкивается от

глаголических форм букв и на современном уровне подчеркивает корневую славянскую графическую основу.

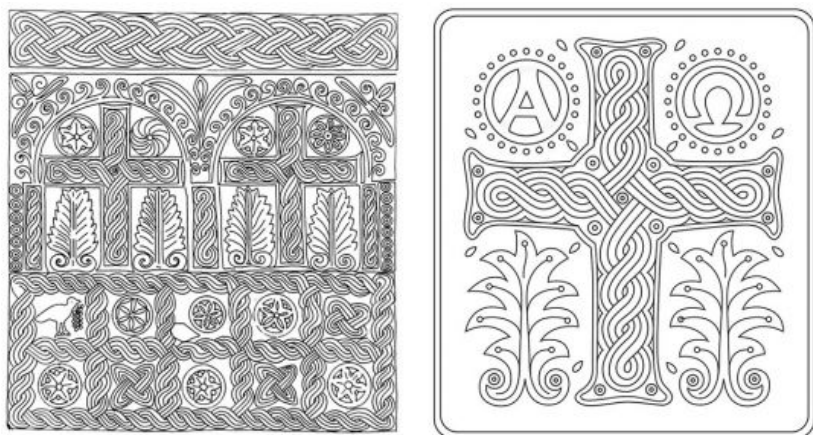
Мне нравится, как работают с дизайнерской точки зрения «Мастерские Андрея Анисимова». Особенно ценны в их работах цельность комплексных решений храма. Орнаменты, образы и шрифты в камне добавляют графичности в интерьере и экстерьере.

«Артос» (международное содружество христианских художников) объединяет не только иконописцев, но и художников, работающих в совершенно разных направлениях, в том числе дизайнеров. Выставки «Артоса» расширяют представление о границах христианского искусства. Под эгидой «Артоса» начал выходить альманах «Дары» с очень ценными статьями о современном церковном искусстве и рассказами о художниках.

В области шрифтов и работы с допетровской кириллицей и современностью очень интересные работы для Церкви делали и делают мои друзья Олег Мацуев (Новокузнецк), Вера Евстафьева (Кембридж, Великобритания), Центр искусства каллиграфии «От Аза до Ижицы» (Петербург), Вика&Вита Лопухины (Киев, Украина) и др.

Стоит обратить внимание на православное издательство «Никея». Коллектив не боится работать в широком диапазоне — от традиционного церковнославянского стиля до экспериментов и живых решений в христианской книге.

Могу привести также важный с моей точки зрения проект для Церкви, в котором я участвовал. Это международная выставка, курируемая Православным Свято-Тихоновским гуманитарным университетом — «"И Свет во тьме светит". Свидетельство Русской Православной Церкви в годы советских гонений». Первоначально она была показана в Италии, теперь ездит по всему миру. В этом проекте была осуществлена попытка рассказать современным языком дизайна, архитектуры и шрифта о той трагедии, которая случилась в XX веке с Церковью и людьми.



Слева — процесс изучения и отрисовки византийского орнамента, справа — превращение в графический элемент для книги о старце Иосифе Исихасте. 2015, Алексей Чекаль для Ахтырского Свято-Троицкого монастыря.

— Что с точки зрения дизайна в церковном обиходе можно считать грубыми ошибками, провалами? Почему возникает огромное количество церковной продукции низкого качества?

— Можно взять за пример работу иконописца. За годы советских гонений традиция иконописания была во многом утрачена, и когда все восстанавливалось по крохам, на первых порах иконописные подлинники были для художника чем-то непререкаемым, жесткой рамкой. Хотя, если вспомнить, как работали в древности настоящие мастера, такие как Феофан Грек, или как работает сейчас архимандрит Зенон или замечательный Адольф Николаевич Овчинников, — это всегда внутренне творчество, без внешних подсказок, но с глубоким знанием канона. Живая традиция!

Так и с дизайном. Дизайнер, который занимается религиозными проектами, должен быть прежде всего исследователем и не соблазняться дешевыми решениями, лежащими на поверхности. Не брать ижицу и орнаменты из каталогов и вставлять в проект бездумно, не работать по привычным лекалам. А каждую тему глубоко изучить и понять, какие пластические приемы необходимо использовать, где нужен историзм, а где нужно современное решение.

Не надо относиться к церковному искусству, как когда-то в палехских деревнях делали дешевые иконы — конвейерным способом: один рисовал руки, другой — ноги, или как сейчас относятся к массовой церковной продукции в «Софрино».

Но надо признать, что спрос рождает предложение. Церковная продукция убогого качества исчезнет тогда, когда из маршрутки будет слышно не радио «Шансон», а скажем, ария из Верди. Попсовая сусальность вытекает из человеческой серости и равнодушия. Но именно поэтому нельзя идти на поводу у массового вкуса, особенно в таком сложном явлении как церковное искусство. Нужно всегда поднимать на одну ступеньку вкус и эстетическое чувство верующих.

Хороший образ, символ, дизайн — это прежде всего результат глубокой, личной работы, основанной на знании, чувстве стиля и вере.

**Хризма — монограмма имени Христа, которая состоит из двух начальных греческих букв имени (греч. ΧΡΙΣΤΟΣ) — Χ (хи) и Ρ (ро), скрещенных между собой.*

***Орос — догматическое определение, принятое Вселенским собором.*

Материал с сайта Rublev.com