

## Невербальные сообщения



Любой объект, расположенный в любом участке пространства, можно считать невербальным сообщением, уловить и расшифровать которое может любой достаточно приближенный к нему приемник.

На иллюстрациях изображены два таких сообщения, два элемента искусственной среды, каждый из которых одновременно обращен и к пешеходам, и к автомобилистам; их цель — удобство и выживание людей. Такие сообщения безжалостны в своей простоте; предполагается, что считывать их будут те, кто едет на большой скорости. Формально они ничем не отличаются от изображения золотого солнца.

Но важное отличие состоит в том, что солнце представляет собой приглашение; от самой формы и материала, из которого сделан этот знак, веет теплом и доброжелательностью. У двух других знаков нет времени на то, чтобы очаровывать наблюдателя; передаваемое ими сообщение — команда или запрет.

**КАК ВИДЕТЬ**







## Неформальные сообщения



Для многих людей современное общество — источник разочарования, так как оно не способно предоставить возможность для двустороннего общения. Надписи на улицах в большинстве случаев носят запрещающий характер: «не задерживаться», «не плевать», «курить запрещено», «нет парковки», «посторонним вход воспрещен». Еще есть приказы: «вперед», «остановитесь», «поверните налево», «выгуливайте собаку на дороге, а не на тротуаре» и т. д. Радио и телевидение обеспечивают лишь одностороннюю коммуникацию, в итоге мало кому из городских жителей удастся найти собеседника, когда хочется излить душу.

Конечно же, люди бунтуют против этой системы, выбирая самые разные средства, от вандализма до надписей в публичных местах. В большинстве случаев пишут раздраженные протестные сообщения; делают это, вероятно, люди, доведенные до крайности одиночеством, психологическим напряжением и чувством незащищенности — а ведь все это типичные черты жизни в современном обществе.

Помимо проявлений злости, нашему взору предстает множество примеров того, как люди жаждут самовыражения, стремятся вырваться из собственной обезличенности. По неизвестной мне причине излюбленной площадкой для такого творчества стали автомобили. А вот граффити, «украшающие» нью-йоркскую подземку, почти всегда становятся упражнениями в каллиграфии, а не символическими или орнаментальными изображениями.

Те, кого расстраивает уродование общественного имущества, могут взглянуть на проблему с другой стороны и подумать над тем, что же мотивирует вандалов и как предоставить им подходящее пространство для самовыражения. Это не так трудно, как может показаться: центральные районы большинства крупных городов при всем желании трудно сделать хуже, чем они есть.





## Большие надписи

Билборды так давно стали частью городского пейзажа, что мы уже и не замечаем, как они на него влияют. Глядя на чудовищную рекламу Winston, задаешься вопросом: брендмауэр сделан так, чтобы повторять форму здания, или здание построено с расчетом на этот рекламный щит? Что бы мы ни думали по этому поводу, разница в масштабе между гигантским плакатом и соседними домами просто поражает. Реклама бренда May Quant еще сильнее уродует вид старой торговой улочки в Копенгагене. Самое же поразительное в этом разрушении визуального пространства — то, что никто не обращает на это внимания.

Остальные изображенные на иллюстрациях билборды интересны своим содержанием. По всей видимости, довольно успешная реклама «Страны Marlboro» — это занятный пример промывки мозгов посредством фантазий. Предполагается, очевидно, что курильщик Marlboro вылезает из автобуса или из вагона метро, прыгает на своего верного скакуна и галопом несется на нем в страну, где сбываются мечты, — свою рабочую пятидневку он проведет там. Winston намекает на то, что любой, кто курит их сигареты, — длинноволосый красавец, у которого нет отбоя от женщин и над которым не властна эмфизема легких.



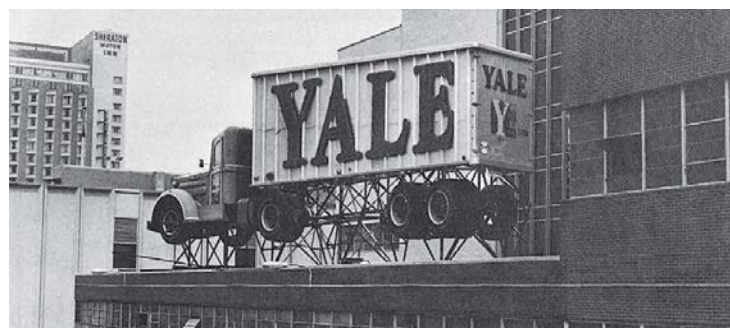
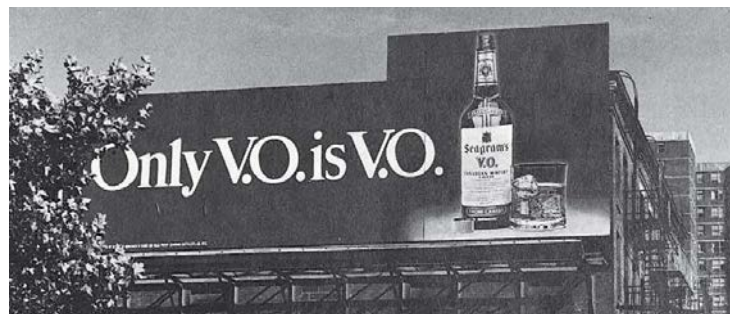
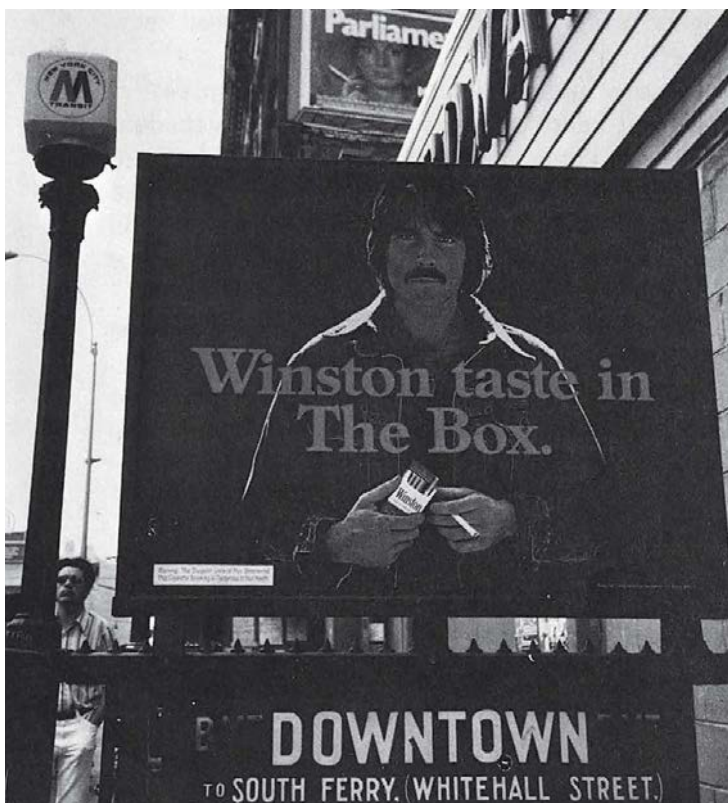
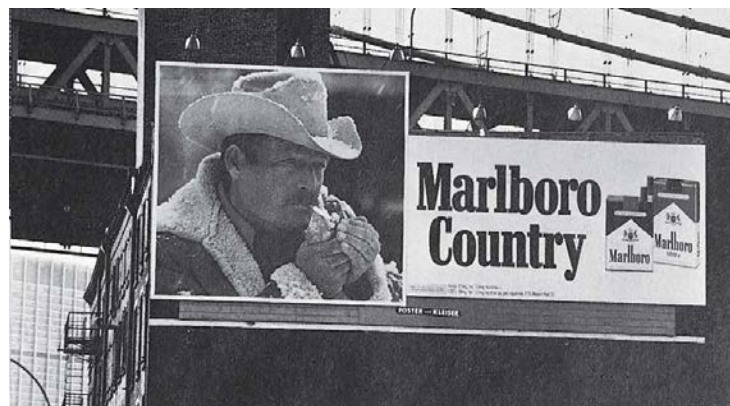




Only V. O. is V. O. («только V. O. может называться V. O.») — одно из тех восхитительных утверждений, которые, как ни старайся, не получится опровергнуть. Если уж V. O. не может называться V. O., то что же тогда может? Перед нами классический пример изречения, напрочь лишённого малейшего намека на информативность и при этом высказанного в непререкаемо авторитетной манере.

Грузовик — еще один шедевр: без единого слова он сообщает нам, чем занимается компания Yale; подвешенная в неожиданном месте трехмерная вывеска производит несколько сюрреалистическое впечатление увеличенной до гигантских размеров детской игрушки.

По всей стране билборды стали объектом жарких дискуссий. В штате Вермонт, например, их запретили. А что вы о них думаете? Считаете ли вы, что у частных компаний должно быть право устанавливать их в любом свободном месте?



## Важные документы

Важные документы есть практически у каждого — исключение составляют разве что совсем обездоленные люди. Документы эти могут быть связаны с фиксацией рождения и смерти, правами на владение автомобилем, присуждением наград или выигрышем призов; они могут узаконивать право владения чем-либо.

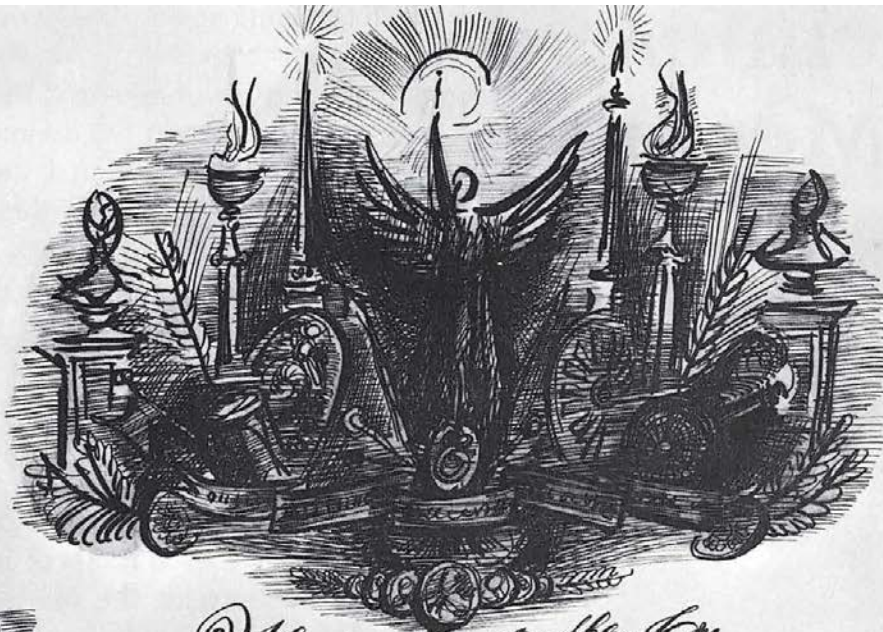
Для важных документов характерен визуально громоздкий стиль оформления с использованием старомодных декоративных элементов. Некоторые сложные детали призваны вывести на чистую воду фальсификаторов или хотя бы усложнить им работу. Устаревшие стили выбираются потому, что мы привыкли наделять старые предметы большей ценностью. Конечно, не всегда. Немногие захотят слетать в Париж на самолете Чарльза Линдберга. Но для большинства старых вещей это обобщение верно. Именно поэтому мы стараемся замаскировать современную кухню, полностью оснащенную бытовой техникой, под испанский винный погребок или покупать автофургоны с напечатанной на крыле деревянной полосой, готовы заплатить кругленькую сумму ради установки телевизора в кабинете, обставленном в средиземноморском или прованском стиле, или ожидать более высоких цен от придорожного заведения, оформленного так, будто в нем обедал Чарльз Диккенс. Ценная бумага, украшенная завитушками и тисненым декором, так и пахнет деньгами, а между тем все мы знаем, что старые деньги лучше новых (они как минимум пользуются большим уважением в обществе).


Старомодный стиль нравится нам еще и потому, что прошлое мертво, а значит, не таит никаких неожиданностей. Мы, современные люди, давно поняли, что неожиданности не означают собой ничего хорошего. Например, именно поэтому акции Железнодорожной компании штата Пенсильвания выглядят такими надежными. Нам необязательно даже читать, что на них написано; дизайн документа сообщает нам все, что мы хотим знать.

В великолепной карикатуре Сола Стейнберга (американский график, карикатурист) — «Самый главный сертификат» — перед нами предстает все то же визуальное сообщение: Важный Документ. Хорошо, что мы сразу можем его опознать, ведь на нем нет ни единого читабельного слова.







© *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
**ALM-TUUM**  **ALM-TUUM**

*Alm-tuum*

*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*

*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*

© *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*

*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*



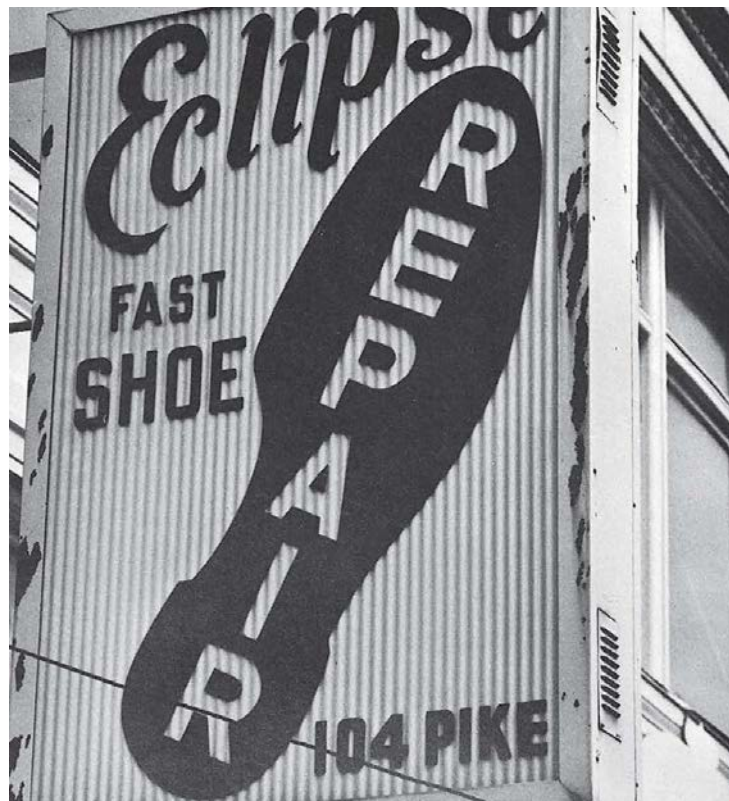
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*  
*Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum* *Alm-tuum*





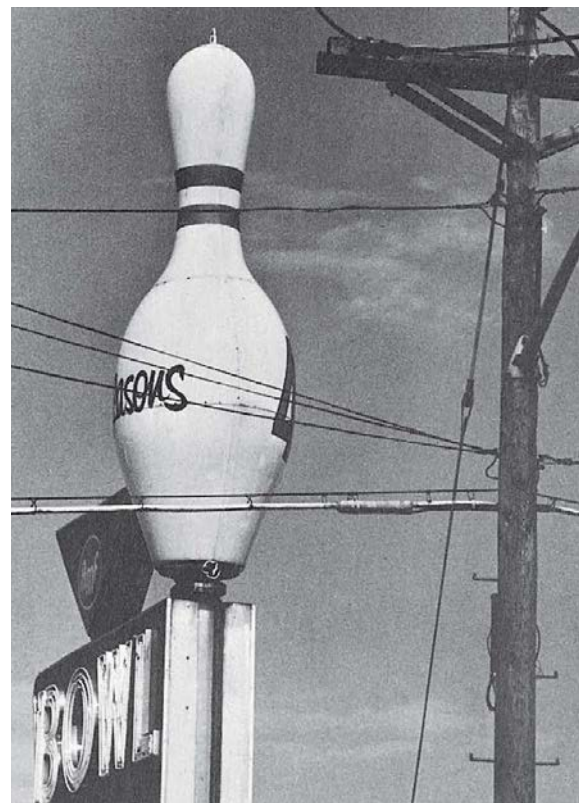


## Двойные сообщения

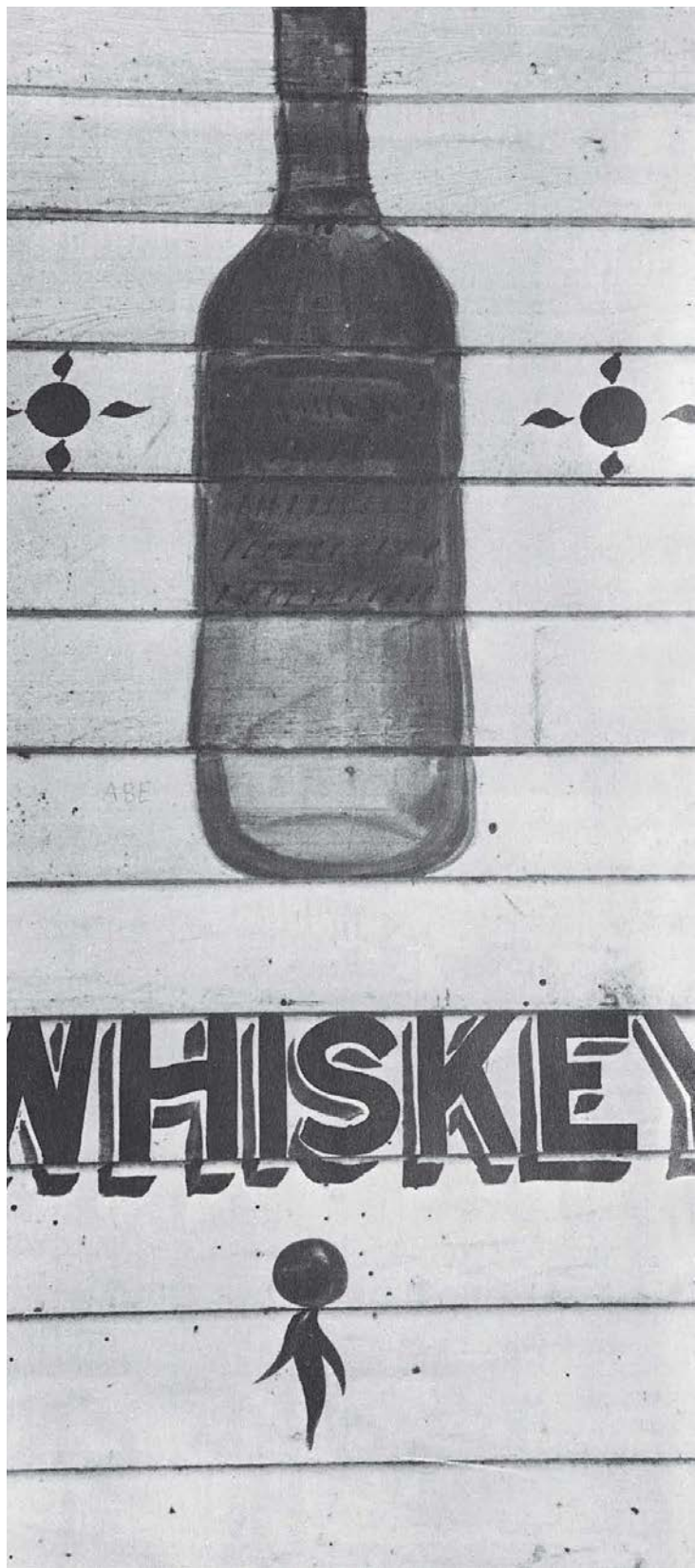
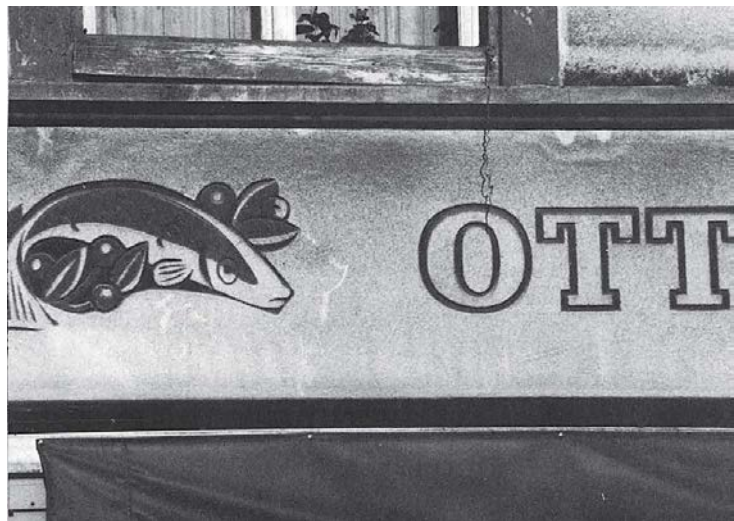
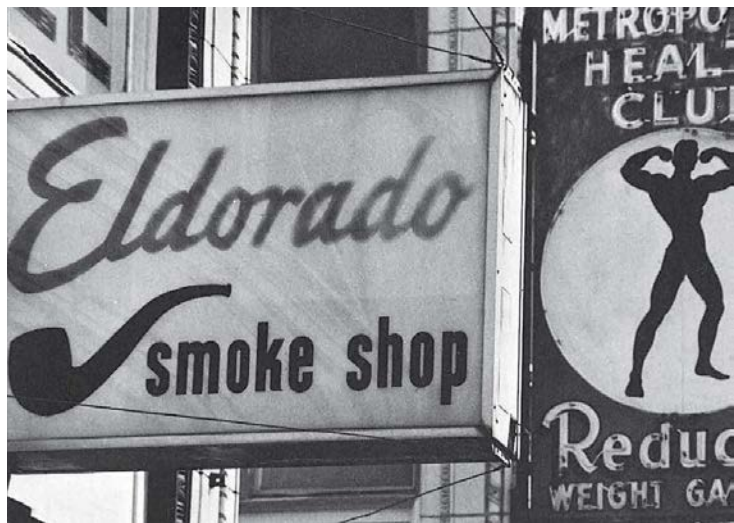


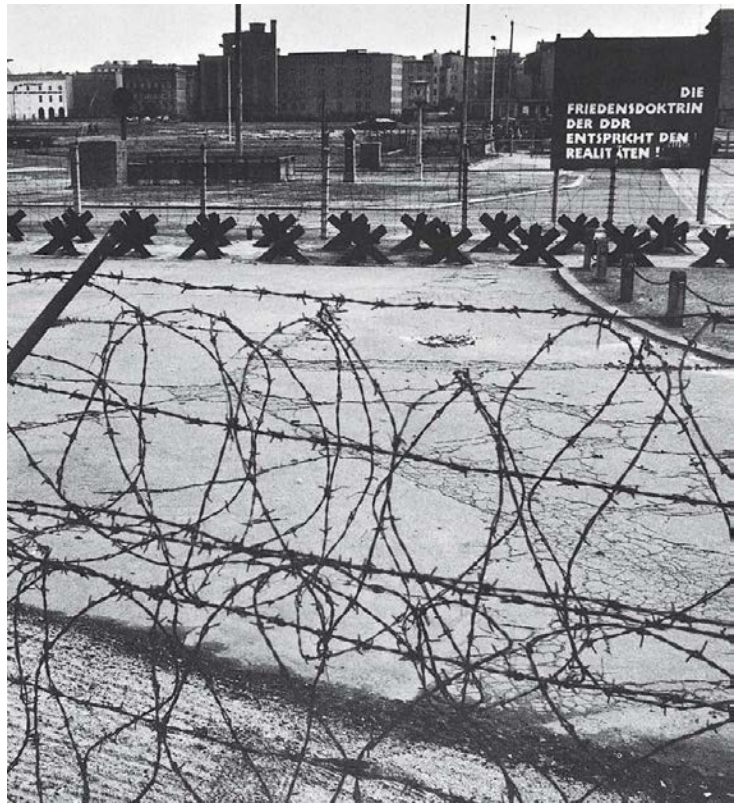
Когда кто-нибудь вешает вывеску, на которой слова и картинка дублируют друг друга, невольно задаешься вопросом: не очередной ли это случай столь распространенного в городских пейзажах чрезмерного усердия оформителей? Во многих случаях, пожалуй, так оно и есть, но я подозреваю, что на это имеются и другие причины. Одна из них состоит в том, что многие вывески, особенно в старых городах, были повешены еще во времена, когда большинство населения не умело читать; например, ресторан «Черная кошка» не смог бы донести до потенциальных посетителей свое название, не поместив на вывеску изображение. Еще одна причина связана с желанием убедиться, что люди точно увидели рекламу; в таком случае взаимное повторение текста и картинки становится своеобразной защитой от сбоев: если одна часть сообщения не справится со своей задачей, сработает вторая.

Какими бы ни были причины, эти вывески, которые чаще всего встречаются в старых центральных районах, изрядно добавляют остроты в визуальный ряд, ведь изображения обычно выполнены наивными любителями. Они всегда отлично считываются, но при этом отличаются некой примитивностью, не лишенной, впрочем, своеобразного шарма, который принято связывать с работами таких художников, как Руссо и Бабушка Мозес.









## Нет-нет

Любимое занятие городских чиновников, сотрудников полицейского департамента и всех, кто по службе так или иначе связан с организацией дорожного движения, — это говорить «нет». В большинстве случаев запреты изображаются в виде текста. Но существует также и старая традиция невербальной передачи информации, которая в данном случае не менее действенна и при этом не настолько захламляет визуальную среду. Вариативность таких сообщений чрезвычайно широка: от кошмарной Берлинской стены до почти комичных нагромождений уличных препятствий. Диапазон дизайнерских решений включает в себя строгие предупреждения всем желающим присесть в неположенном месте, импровизированные блокпосты на дороге, призванные остановить безбилетных посетителей парков и эту изумительно изящную ограду в стиле прошлого века.



