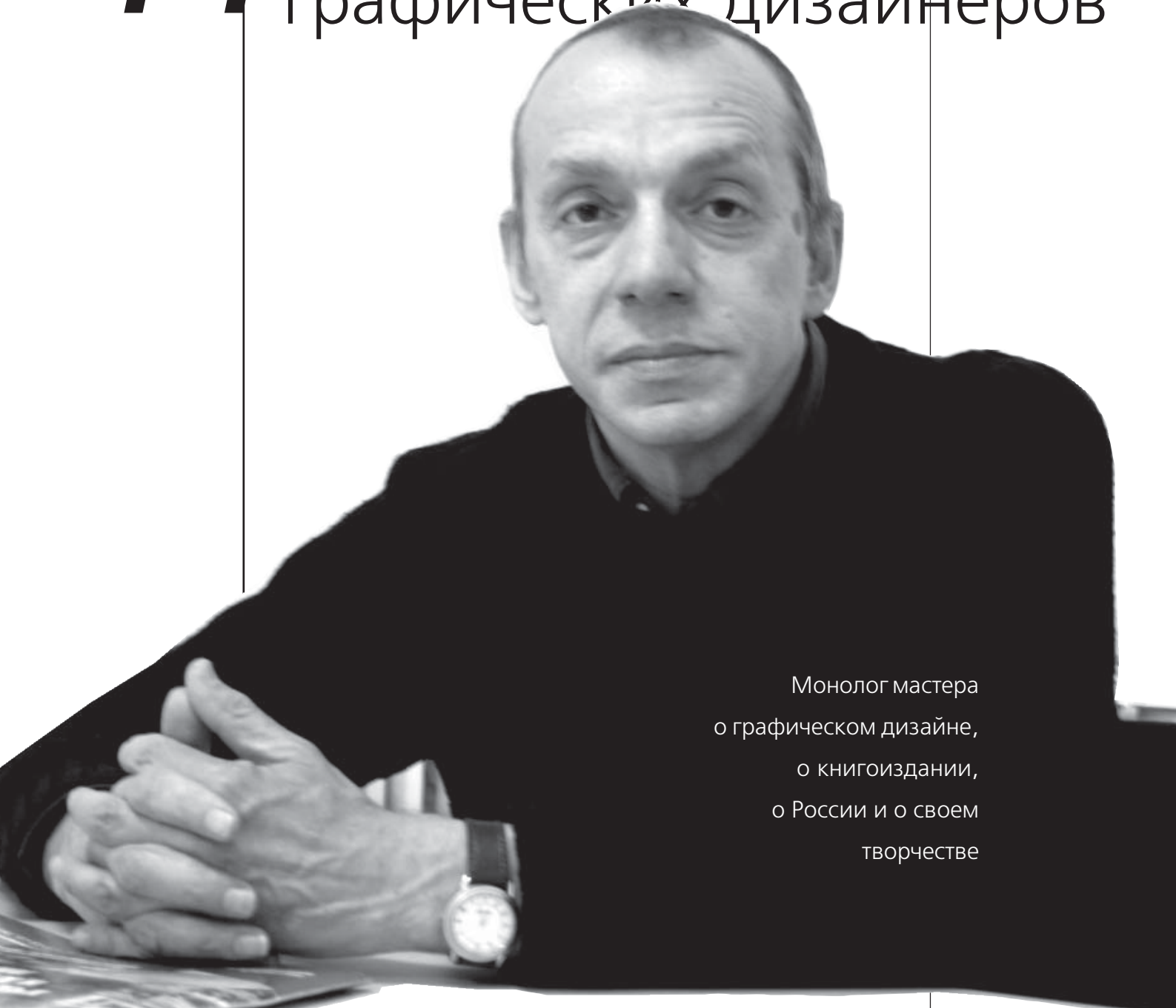


В.Г. Кричевский

Ненаписанные книги для графических дизайнеров



Монолог мастера
о графическом дизайне,
о книгоиздании,
о России и о своем
творчестве

Искусство книги

О Владимире Кричевском я впервые узнал после выхода его книги «Типографика в терминах и образах» (В 2-х т. М.: Слово, 2000). Беглое знакомство с двухтомником быстро переросло во внимательное чтение и изучение буквально каждой страницы. В книге необычно все: обложка, титул, макет, верстка, заголовки, указатели, выпускные сведения. Но самое необычное, самое незаурядное – текст книги, состоящий из небольших эссе о терминах типографики, написанных изящно, легко и доступно.

Бесспорно, эту книгу создавал выдающийся мастер своего дела, имеющий за плечами огромный практический опыт и владеющий обширными научными знаниями в области графического дизайна.

Не скрою, вначале я испытал неловкость от того, что не был знаком с другими книгами Владимира Кричевского (а в том, что они должны были быть, я не сомневался). Но когда познакомился с библиографией автора, то узнал, что это его первая большая книга, хотя журнальных публикаций было много. После 2000 года Кричевский выпустил еще пять книг. Каждая из них стала событием в книжном деле и... почти сразу – библиографической редкостью.

Если о трудах В.Г. Кричевского я уже получил представление (хотя и далеко не полное), то о нем самом мне ничего не удалось найти. О своем желании познакомиться с художником и взять интервью для журнала «Университетская книга» я поделился при встрече с библиофилом Марком Рацем (см. «УК» № 5, 2006), который и помог мне встретиться с В.Г. Кричевским.

Слушать Владимира Григорьевича не менее увлекательно, чем читать его книги. Те «дежурные» вопросы, которые я планировал ему задать, остались на бумаге. Поэтому расшифровав диктофонную запись, решил не вставлять их искусственно в текст и сохранить все без изменений. Так вместо интервью получился монолог. Монолог мастера.

Как я обрел свою профессию

Отчетливо помню момент, когда это произошло. В дождливый день (а в дождь хорошо голова работает) на Рождественке (тогда – улице Жданова) увидел плакат выставки «Карнавал на Кубе». На убогом советском фоне это был отличный плакат в «психоделическом» стиле 1960-х (у Фиделя графической свободы было куда больше, чем у Брежнева). И сама выставка была потрясающей и происходила неподалеку. В зале на Кузнецком кубинцы устроили настоящий карнавал с вовлечением посетителей. Танцы, барабаны, сигарный дым: несколько мастеров на глазах присутствующих скручивали сигары и раздаривали их всем желающим. Под впечатлением от выставки, просветленный, я вернулся домой, купив по дороге три баночки гуаши: черную, коричневую и белую. И стал делать плакат «Шоколадные звуки», посвященный Дюку Элингтону. Проработал две недели и родил, поверьте на слово, совершенно профессиональную (осознанную в целом и деталях) вещь, заказанную самому себе. Это была осень 1968 года, и я тогда терял время в Московском автодорожном институте, не подзревая, что в 1971 году Элингтон будет выступать в Москве.

Так я стал графическим дизайнером. В момент! Быть может, первый шаг к профессии я сделал раньше, в детстве, когда стал собирать почтовые марки. Подозреваю, что оба полушария моего мозга заполнены зрительными образами. Меня всегда больше интересовало и больше информировало зримое, нежели читаемое. Все зримое на свете!

После первого плаката я понял, что сижу не в своей тарелке, а перебраться в советское время в другую тарелку было мучительно не просто. Однако через восемь лет мытарств, включая и армейские, я устроился на работу в Московский полиграфический институт, где проработал 12 лет на кафедре художественно-технического оформления печатной продукции. Пожалуй, английское выражение self-made person относится ко мне в полной мере. Сам решал, что хорошо и что плохо в профессии. Верил только своим глазам, не верил псевдоспециалистам, читал все, что было доступно, и начитался до того, что понял: надо писать самому.

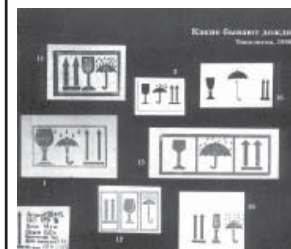
Что делается в России

Теперь нам как будто все доступно. Мы невзначай оказались в относительно свободной стране. Свобо-

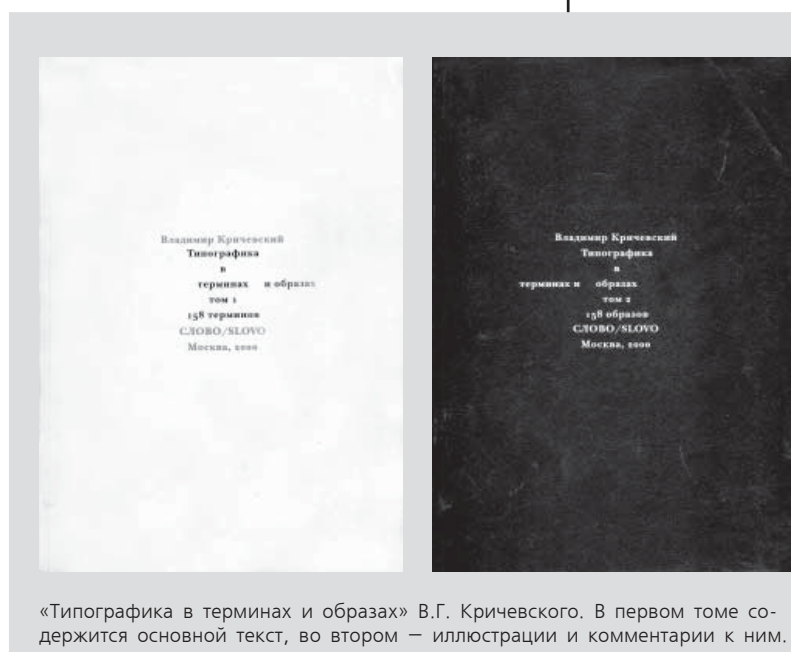
да – вот ключевое слово. Свобода – это и цель, и средство. В ней – смысл существования. Это и есть мой инструмент.

Будучи «вредным» идеалистом и максималистом, я, сколько себя помню, категорически не принимал послевоенную советскую реальность. Запад принимал безоговорочно, потому что моя профессия в культурном отношении коренится и процветает именно там. В Советских графический дизайн третировался или профанировался. А что теперь? Мы плетемся в хвосте у Запада и пытаемся ему во всем подражать. Хотя именно сейчас, когда мы худо-бедно обрели свободу, Россия могла бы стать куда более самостоятельной и продуктивной – по крайней мере в графической сфере.

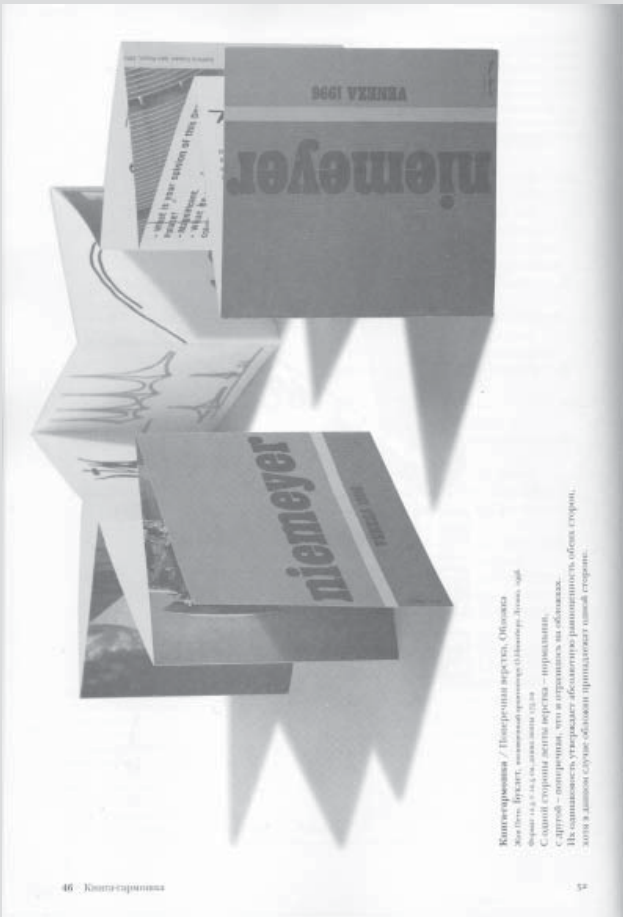
Часто приходится слышать: все – от экономики. В одной телепередаче показали множество золотых брусков на каком-то государственном складе и сказали, что все идет хорошо. Наверное, эти бруски небесполезны, но они не могут превратиться в качественный и полезный продукт. В культуру может перейти только культура. Рост экономики(?) приводит, например, к тому, что число пустых и одинаковых, гляцевых журналов растет в геометрической прогрессии. Зачем плодятся все эти журналы, телевикторины, «улицы разбитых фонарей», истеричные «шоу-мены», поп-



Обложка книги В.Г. Кричевского «Какие бывают дожди» (М.: Типолигон, 1998)



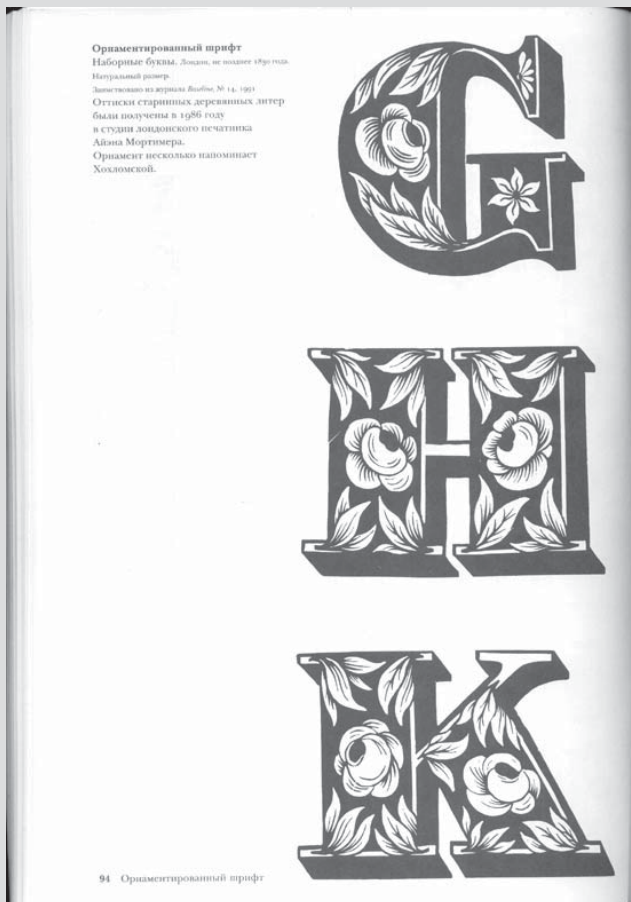
«Типографика в терминах и образах» В.Г. Кричевского. В первом томе содержится основной текст, во втором – иллюстрации и комментарии к ним.



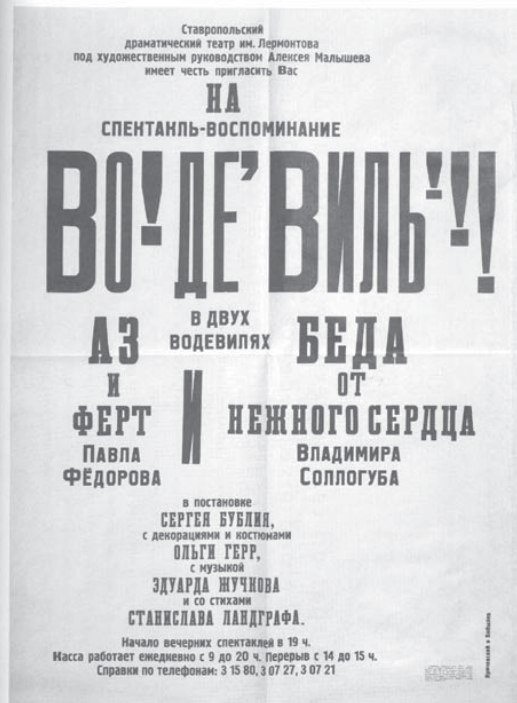
Книгопроектирование / Проектирование верстки, Москва
 Жюльен Буаке, мастерская дизайна J. Bouaigue, Paris, 1998
 Форма задана заголовком книги.
 С другой стороны листы верстки — порезаны.
 С другой — поперечны, что и определило на обложке.
 Из соображений устойчивости абсолютно равномерность обеих сторон,
 хотя в данном случае обложка приподнимает охват страниц.



Книжный лист / Газетный лист
 Лео ван Трест, Интерграфетт Инк, Вашингтон, США, 1988, цветная печать
 В брошюре встроены фотографии архитектора Алана Я. Никсона и Тейлора.
 Часть ее страниц отведена на «большие» страницы.
 Недостатки — поперечные линии.
 Лучшего способа выкладки книжный лист не изобрели.



Орнаментированный шрифт
 Наборные буквы. Лондон, не позднее 1870 года.
 Натуральный размер.
 Заимствовано из журнала *Young's*, № 14, 1903
 Отлиски старинных деревянных литер
 были получены в 1906 году
 в студии лондонского печатника
 Алана Мортимера.
 Орнамент несколько напоминает
 Холломскую.



Ось / Красная строка. Металлический набор
 В. Кричевский, С. Бобков, Театральная фирма, Ставропольский театр, Ставрополь, 1988
 Водевильная пунтуация — игра постановщика спектакля.
 Дизайнерия сыграла только на ось. Генеральная ось приналась посредстве
 между двумя любимицами и на выльке всей композиции совместились с осью листа.
 Для слова «И» (и для диссонанса) выведена четвертая ось. При печати слово перенесли.
 Стало быть, по техническому недомомоту где-то врался люфт в несколько пунктов,
 и наборная форма лишилась надсажденной жесткости.

звезды? Только ради рекламы, а реклама – все для тех же золотых брусков. Порочный круг.

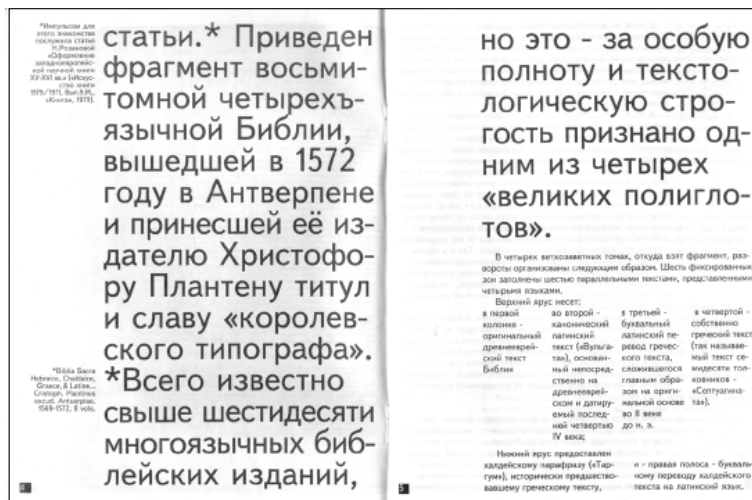
По каналу «Культура», который каким-то чудом еще существует, я услышал недавно литератора Юрия Арабова (он пишет сценарии для Сокурова). В частности, говорилось о пагубном процессе «форматирования». Форматируются и вещи, и дома, и те же журналы, и книги, и одежда, и жесты, и образ поведения, и сами люди. Обратите внимание на такой парадокс: многие хотят выглядеть своеобразно и оригинально, а одеты (или раздеты) совершенно одинаково. Считается, что именно это заведомо «круто» и красиво, считается ровно до тех пор, пока не поступит сигнал с Запада (из России ничего такого не поступает) о другой «крутизне» и красоте, об очередной витке моды. Россия подключилась к мировой канализации, по которой сплавляются отходы материальной культуры. Если же продукт доморощенный, то ведь и на нем ставят какой-нибудь псевдоиностранный лэйбл. О том, что и родной язык многих перестает устраивать, говорить не буду – это особенно больно.

Нужны не столько деньги, сколько осознанная добрая воля. А деньги ничего не произведут, кроме новых денег. Они породят только новые глянцевые журналы, новые фабрики звезд, новые викторины, очередное «новое» пиво, «новый» кетчуп и новые виноградные ларьки.

Графический дизайн

Михаил Аникст в журнале «Да!», который я издавал в середине 1990-х вместе с Еленой Черневич, в статье о лондонских вывесках писал, что когда он учился в России, преподаватели ему внушали: шрифт – дело последнее. А в Англии он увидел, что шрифт – чуть ли главный компонент национальной культуры. Это, конечно, не так. Просто у них, у западных людей, руки доходят и до шрифта. Графическая культура развивается там непрерывно уже много столетий подряд, в России же она не прививается, ибо плохо осознается обществом. Одно из препятствий – абсурдный российский тезис «главное – содержание». Возможно, это тот самый глубинный порок, который мешает свободному и основательному развитию русской графической культуры. На самом деле между формой и содержанием нет иерархии! У всякой графической формы есть свое содержание и не только литературное, у всякого литературного содержания – своя форма и не только графическая. Одно без другого не существует. И то, и другое одинаково необходимо людям. Созерцаемое так же важно, как и читаемое.

Чем привлекателен графический дизайн? Тем, что здесь нет практических ограничений. Никаких! Чтобы реализовать свежую идею в архитектуре, нужны годы и тонны материала. Нужно преодолеть силу тяжести.



Чтобы построить самолет, нужны сложнейшие расчеты, дорогостоящие машины, изощренная технология. Да и хороший ботинок сделать не так просто. А чтобы сделать открытие в области графического дизайна здесь, на странице, ныне ничего не нужно, кроме стандартной техники и идеи, ожидающей графического воплощения. Полная свобода, бумага все стерпит!

Нечего читать

Когда чувствуешь себя свободным не только внутри но и извне, начинаешь по-другому смотреть на продукты западной культуры. Много, очень много дельного, изящного, остроумного, но еще больше легковесного, поверхностного, неблагоприятного. В советское время нельзя было не восхищаться всем, что делается на Западе, потому что мы пребывали в полной изоляции. А теперь на их продукцию можно посмотреть и критически.

В потоке западных книг по графическому дизайну уже невозможно сориентироваться. Компьютеры – в руках лихих дизайнеров, и они вместе со всякого рода менеджерами и продюсерами генерируют массу «креативного» барахла.

Увы, это блистательное барахло многим по душе. «Вы готовы рассматривать заявки русских авторов?», – спросил я одного новоявленного издателя. Ответ был предельно циничным: «Вот мы уже несколько западных книг издали и уверены, что их раскупят, потому что любой наш дизайнер найдет в каждой хотя бы пять-шесть вещей, сдерет, и заработает на этом приличные деньги».

Это нечто новое в антикультурном процессе: теперь, стало быть, не только леденцы и тряпки, но и книги оттуда. Покупается си-ди с какой-нибудь отработанной западной книжкой, словом, мусор. Здесь ее наспех переводят (иногда только титул и обложку) и неплохо («глянцево») печатают. Россия начинает производить... чужие книги! Подчеркиваю: не просто до-

но это - за особую полноту и текстологическую строгость признано одним из четырех «великих полиглотов».

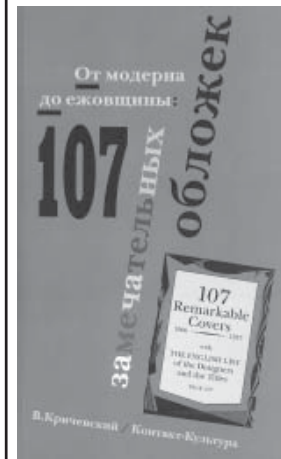
В четырех ветхозаветных томах, откуда взят фрагмент, развороты организованы следующим образом. Шесть фиксированных дои заполнены шестью параллельными текстами, представленными четырьмя языками.

Второй ярус несет:

в первой колонке - оригинальный древнееврейский текст Библии	во второй - канонический латинский текст (Вульгата), основанный непосредственно на древнееврейском и датированный последней четвертью IV века;	в третьей - бивульгальный латинский перевод греческого текста, основанный главным образом на оригинальной основе до н. э.	в четвертой - собственно греческий текст (так называемый текст семидесяти толковников - «Септуагинта»).
--	--	---	---

Нижний ярус представлен латинскому переводу (Бартини), исторически представляющему латинский текст, основанный на латинском тексте.

Разворот книги В.Г. Кричевского «Этюд на тему пространственной организации текста». Дизайнер Сергей Бобылев



Эссе из книги В.Г. Кричевского «Типографика в терминах и образах»

Висячая строка

Неполная конечная строка, приходящаяся на верхнюю границу колонки, или начальная строка, попадающая в самый низ. По традиционным правилам набора висячая строка не допустима и подлежит устранению путем вгонки и выгонки за счет варьирования межсловных пробелов или ценой сращивания двух-трех абзацев в один. Дело доходит и до правки текста. На что только ни идет

типограф в своем стремлении построить безупречный прямоугольник! Немецкие типографы с неприязнью называют ее «сукиным сыном». Для британцев и голландцев это, соответственно, «вдова» и «сирота». Некоторые авторы, в том числе и преданные традиции, критикуют практику призрения типографических сирот, как противоестественную. Так или иначе, висячие строки все чаще оставляются в неприкосновенности,

причем самый убедительный пример подадут те же англичане и голландцы. Соблюдение правила висячей строки входит в противоречие со здравым смыслом и новыми типографическими реалиями. Например, флаговый набор исключает колебания межсловных пробелов по определению и потому препятствует вгонке и выгонке. В то же время современная типографика способна обращать «косметические» дефекты в достоинства.



стойные издания иностранных авторов, а чужие и никчемные книги. Свои книги по оформлению печати, то есть по зрительному выражению наших мыслей и идей, в России не издаются. Можете ли вы меня опровергнуть?

Вопреки всему

Мне самому удалось сделать очень мало. В советское время все душилось: иногда на корню, иногда по завершении (каково!) договорной работы. Сейчас возникли другие препятствия, куда более глубокие, чем тотальное цензурирование и рецензирование. Обычно полагают, что нет денег, но дело, повторяю, в отсутствии доброй культурной воли. И если какие-то книги осуществляются, то не благодаря, а вопреки всему.

Первая моя большая книга – двухтомник «Типографика в терминах и образах». Не буду рассказывать историю издания. Сколько мук я претерпел, прежде чем книга вышла! Сколько раз я был беззащитно «кинут»! Это длинная и тяжелая история. И вышла – то книга лишь благодаря тому, что издательство «Слово» обзавелось готовым продуктом – они получили готовые пленки. О том, что эту книгу официально назвали лучшей книгой 2000 года, издательство, получив соответствующий диплом, не сочло нужным меня уведомить.

Затем началось сотрудничество с дизайн-студией «Самолёт» (заметьте – не собственно издательством!). Благодаря энтузиазму руководителя студии Владимира Семенихина, вышло три книги о советской прикладной графике 20-х и 30-х годов прошлого века. Все они создавались на материале моей коллекции.

Выходили небольшие книжки: «Поэтика отриски» («ИМА-пресс», 1995), «Какие бывают дожди» («Типолигон», 1998), «Этюд на тему пространственной организации текста» (Ставрополь, 2002). Пространственная организация текста – это, видимо, мой конек. Это, собственно, и есть типографика – то, как ложатся буквы, строчки, абзацы, главы, картинки на страницу или лист.

Мои будущие книги

Компьютерная технология влияет на творческий процесс и даже на менталитет. В целом, это огромное благо, позволяющее делать книгу, в ее реальном пространстве – книгу, которая значит много больше, чем ее словесное наполнение.

Издательствам я бы мог предложить многое и разное. Замыслов все больше и больше, а невостребованность усугубляется. Если бы нашелся издатель, го-

товый предоставить *carte blanche*, то я предложил бы, например, издать том под условным названием «Не написанные книги для графических дизайнеров». В этой книге я бы попробовал обрисовать масштаб культурных упущений, рассказать о плачевной судьбе некоторых проектов, в какой-то мере реализовать несостоявшееся, обозначить проблемно-тематическую бездну, в сущности, ввести в профессию и задать программу воображаемого графического издательства. Живая и по жанру, и композиции, совершенно новая книга – новая изнутри! Разумеется, со множеством иллюстраций.

Или такой вот проект. Давно вынашиваю идею «Серии маленьких книг для графических дизайнеров». Небольшой объем – это главный серийный признак. А содержание может быть любым: концептуальным, методическим, справочным, историческим, поэтическим. В любом жанре и в любом стиле. Маленькую книгу можно быстро и качественно сделать, к тому же легче привлечь авторов – не только и искусствоведов, но и самих дизайнеров или коллекционеров. Маленькая книга – это еще и способ привлечь публику к чтению, к которому нынешние дизайнеры как-то не склонны. Наконец, ограниченный объем, как ни парадоксально, способствует и полноте, и точности реализации замысла. Большое – в малом. Ограничение объема – благо как для содержания, так и для формы книги...

Однако речь моя получилась затяжной и сумбурной. Можно было бы ограничиться одной моей маленькой публикацией. Для ее перепечатки хватит обещанной мне страницы «Университетской книги».

Монолог записал С.С. Носов

Книги В.Г. Кричевского:

При участии Адамова Е.Б. Оформление справочных изданий. М., 1981.

Какие бывают дожди. М.: Типолигон, 1998

Русские книжные обложки 1922–1932: 10 лучших. На русск., нем. и англ. яз. Гамбург, 1999.

Типографика в терминах и образах. В 2-х т. М.: Слово, 2000
Николай Ильин: Книга о графическом оформлении нижегородской печати 20-х годов и вкратце о том, что было потом. М.: Дизайн-студия «Самолёт», 2000.

Обложка: Графическое лицо эпохи революционного натиска 1917–1937. М.: Дизайн-студия «Самолёт», 2002.

Этюд на тему пространственной организации текста. Ставрополь, 2002

Борр: Книга о забытом дизайнере дцатых и многом другом, включая особенности оформления этой самой книги. М.: Дизайн-студия «Самолёт», 2004.

От модерна до ежовщины: 107 замечательных обложек. М.: Контакт-культура, 2006.



Журнал Wallpaper назвал книгу «Борр» В. Кричевского «лучшим графическим объектом 2004 года».



Ассоциация «Открытый музей» издала в Красноярске календарь на 1998 год. Нескольким дизайнерам, художникам, архитекторам предложили оформить по две страницы форматом А3. Мне достались любимые осенние месяцы, и я сочинил и оформил текст «О календаре и графической свободе». Шестьдесят один тезис – по тезису на каждый календарный день. Этот текст можно прочитать прямо на репродукции моего разворота на правой странице.

Спустя семь лет готов подписаться под каждым словом – разве что с одной поправкой. Тезис для 16 октября начинается со слов «хуже нет...». На самом деле есть: хуже, когда недостойная вещь обретает мало-мальски приличный облик.

Сентябрь 1 ^{вторник} бывают деловые календари для меркантильного планирования времени. **2** ^{среда} но тут другой случай — сезонный сувенир, нечто, озаглавленное номером года, графическая вещь на мотив *времени*. **3** ^{четверг} такая вещь должна быть интересной, трогательной, свежей по определению. **4** ^{пятница} ведь нельзя же дарить бодягу коллегам и клиентам, тем более нельзя держать ее круглый год перед глазами. **5** ^{суббота} в жизни, однако, так и бывает: на казенных стенах висит развесистая клюква, претенциозная банальность или одно и то же без претензий. **6** ^{воскресенье} затоптанный пятачок на бескрайнем поле идейных, тематических и собственно графических возможностей. **7** ^{понедельник} говорят — жанровая специфика. **8** ^{вторник} на самом деле — косность и творческая леность заказчиков и дизайнеров в равной мере. **9** ^{среда} между тем, календарь — чуть ли не символ свободы от жанровых стереотипов. **10** ^{четверг} но есть ли вообще несвободные жанры, и стоит ли отказываться от блага жанровых взаимопроникновений? **11** ^{пятница} почему бы не творить в едином жанре *графической культуры*? **12** ^{суббота} и хорошо бы избежать прямых влияний графической моды. **13** ^{воскресенье} потому что все стремительно входящее в моду, тут же замыкается в круге пошлости. **14** ^{понедельник} пусть модой, на худой конец, довольствуются уважаемые обыватели. **15** ^{вторник} но дело дизайнеров в крайнем случае генерировать моду, а не подчиняться ей. **16** ^{среда} нельзя ли со знанием прошлых и «актуальных» стилистик подняться на уровень неповторимости всякой конкретной графической задачи? **17** ^{четверг} освободиться от моды значит еще и выбраться из под пресса рекламы, ибо реклама — это и есть инструмент порождения модных веяний. **18** ^{пятница} реклама — искусство втирать очки, пудрить мозги, вешать лапшу на уши. **19** ^{суббота} это не совсем прилично, посему важно не принадлежать миру рекламы и не впадать в рекламный тон. **20** ^{воскресенье} подрыв устоев свободной рыночной экономики? — нет, дело тут всего лишь в определении. **21** ^{понедельник} если под флагом рекламы рождается натуральный продукт, то это уже не собственно реклама, а просто хороший плакат или буклет, хорошая книга или обложка, хорошее объявление или logo. **22** ^{вторник} иначе *что* означает это приторно-трескучее слово и это море глупых, отнюдь не ярких и не остроумных вещей, норовящих подменить собой реальную жизнь. **23** ^{среда} для русских дизайнеров свобода от рекламы и моды значит куда больше, чем для их западных коллег. **24** ^{четверг} потому что *все это*, как повелось, привносится с Запада, а с падением железного занавеса пассивное равнение налево и на Японию перестало быть доблестью. **25** ^{пятница} да, у них там с материальной культурой несопоставимо лучше и больше. **26** ^{суббота} если мы не способны (от избытка духовности что ли) создавать хорошие трехмерные вещи, это не беда: пусть все русские ходят в итальянских ботинках и сидят, потягивая швеппе, на шведских стульях. **27** ^{воскресенье} но если наши идеи, вести и воззвания облачаются в топорно заимствованные зрительные формы, — это нелепость. **28** ^{понедельник} очень странно, что русский торговец, издатель, политик, дизайнер сверяют облик своих обращений к публике с каким-нибудь нью-йоркским ежегодником. **29** ^{вторник} у них, и, пожалуй, только у них, действительно, есть чему поучиться, так почему бы в самом деле не *научиться* и не начать «графить» — рисовать, писать, фотографировать, набирать, верстать, иллюстрировать — *самостоятельно*. **30** ^{среда} освободиться, наконец, от комплекса русской графической неполноценности, опираясь на культуру, а не на доморощено-международные клише.

Октябрь 1 ^{четверг} графический дизайн — единственное место, где культурный прорыв возможен. **2** ^{пятница} ничто, кроме графики, не дает такого стимула к разнообразию и свежести. **3** ^{суббота} графика *обязывает* к свободе, потому что это всякий раз новое послание, новая вещь. **4** ^{воскресенье} потому что графика эфемерна и свободна от инженерного расчета. **5** ^{понедельник} потому что, при всем разнообразии, это одна и та же субстанция и одна и та же техника, равно пригодная как для печатного хлама, так и проникновенных вещей. **6** ^{вторник} хотя влияние конкретной технологии неизбежно и, вообще говоря, благотворно, все же графический результат ею почти не обусловлен. **7** ^{среда} при нынешней технологии все в руках дизайнера, и нет задачи, непосильной ему *одному*. **8** ^{четверг} для умных и изящных решений не нужны арт-директоры, третейские суды, специалисты по маркетингу и психологии восприятия. **9** ^{пятница} нужен только заказчик, отчетливо знающий, *что* и *зачем* донести до публики. **10** ^{суббота} заказчику достаточно оценить свои ресурсы, тщательно подготовить сообщение и *выбрать* дизайнера, избавив его от готовых образцов и своей опеки. **11** ^{воскресенье} свободный дизайнер хуже попукаемого не сделает. **12** ^{понедельник} если дизайнер не в меру покладист, то заказчик связался с халтурщиком или, в лучшем случае, добросовестным чертежником. **13** ^{вторник} а возможно, дизайнер вовсе не нужен, и мир дизайна потерял в лице заказчика отличного специалиста. **14** ^{среда} ну а если дизайнер все-таки нужен, то и ему не мешает доверять клиенту, для чего необходимо *проникнуться* заказом. **15** ^{четверг} *принятый* заказ достоин хорошей графической формы, справедливо отвергнутый — никакой: надо жалеть бумагу. **16** ^{пятница} хуже нет, когда достойная вещь обретает дурной и неадекватный облик, но такое в порядке вещей из-за взаимного недоверия и нарушения границ компетенции участников графического процесса. **17** ^{суббота} есть разница в восприятии вещи, в проекте и тираже: проект соблазнительно зарубить под надуманным предлогом — «нас не поймут», «неудобочитаемо», «где вы такое видели». **18** ^{воскресенье} будь та же вещь реализована где-то на стороне (допустим, на западе), она могла бы вызвать восторг у местного «зарубанта». **19** ^{понедельник} но скорее — все-таки, безразличие: плоды бдительного безразличия заказчиков и безразличной бдительности дизайнеров убоги и обильны. **20** ^{вторник} чтобы дать шанс хорошим графическим вещам, нужно выйти из порочного круга косности и недоверия. **21** ^{среда} кто сказал, что работа на заказ несовместима с полнокровным творчеством? **22** ^{четверг} заказ — главный источник вдохновения, ключ к графической свободе. **23** ^{пятница} безграничность возможностей дается в ограничениях. **24** ^{суббота} при любых ограничениях, на бумаге остается неизмеримо больше вариантов, чем на шахматной доске в любой позиции. **25** ^{воскресенье} никакие предзаданные и оговоренные ограничения — бюджетные, временные, технологические — не сковывают свободного дизайнера, **26** ^{понедельник} все материалы хороши, кроме некондиционных, и только несоблюдаемая технология плоха. **27** ^{вторник} графическое достоинство не зависит от формата, красочности, присутствия картинок, лоска, шрифтового ассортимента и щедрости по части наворотов. **28** ^{среда} только от умения, знаний, увлеченности и *свободы*, которая, впрочем, объемлет все остальное. **29** ^{четверг} графическая свобода — независимость от чего бы то ни было, кроме заказа, точнее — зависимости от *всего*. **30** ^{пятница} например — от числа дней в сентябре с октябрём. **31** ^{суббота} без этого лимита, даже имея карт-бланш, я бы не замаснулся на проблематику графической свободы. Владимир Кричевский при поддержке Жюль Карассо, 1998 г.