

Появление в Волгограде в 1976 году молодого художника Владислава Ковалья не осталось незамеченным прежде всего книголюбам. А поскольку наш народ был тогда самым читающим в мире и в отличие от полуграмотной Америки имел всеобщее среднее образование, хорошая книга у нас пользовалась не только повышенным спросом. Владислав Коваль сразу же оказался в нужном месте и в нужное время. Уже его первые графические работы для Нижне-Волжского издательства отчетливо показали всем, что художественная элита города пополнилась совершенно уникальным графиком. Более того, трудоголиком и, что ещё важнее, очень неравнодушным человеком.

Выпускник Московского полиграфического института, известного своими модернистскими новациями, производил впечатление вполне реалистичного художника с изысканными романтическими пристрастиями.

Дело всё в том, что книжная графика, кино и плакат наиболее соответствовали господствовавшему тогда взгляду на искусство, которое должно принадлежать народу. Эти произведения были наиболее доступны и легко тиражируемы. И чтобы люди «не милорда глупого, Белинского и Гоголя с базара» понесли... Этому и в школе нас учили — «книжки добрые читать и воспитанными стать...» Чему же тогда учили Владислава в самом престижном художественном вузе страны?

Опыт великих мастеров книжной графики — А. Доре, Ж. Гранвиля, В. Фаворского, Д. Митрохина, П. Пикассо, А. Матисса, П. Гончарова, М. Пикова и А. Бенуа студенты полиграфического перенимали из анализа их работ и из размышлений об их творчестве. Полученные в стенах полиграфического института уроки композиции, шрифтовой культуры, рисунка и живописи, истории искусства, костюма и предметов быта — это всего лишь навыки да скромный листок баллов. Огни держат его в заднем кармане брюк, другие вешают в рамке над рабочим местом.

У Владислава эти оценки и уроки, пропущенные через сердце, были на кончиках пальцев его правой руки. Сознание, ум, изобретательность ожидали мистических озарений, масштабных событий и творческой свободы.

Впрочем, Владислав Коваль постоянно движется в поисках Истины, даже если она далека от его взглядов. Пример тому — приглашение к оценке его творчества людей самых разных взглядов, лишь бы они были специалистами в сфере его творческих поисков и новаторских находок. Вот и меня он пригласил к описанию открытого им стиля «Т.АРТ» как специалиста по многомерному формообразованию, четырех-, шестиосевому дизайну и трансформерам. Стало быть, появилась возможность узнать, сколь многомерны наши свободы.

«Филигрань» Владислава Ковалья

Так называется благотворительный фонд (Москва), для которого Владислав Коваль разработал один из лучших своих знаков. Лира, образующая довольно сложную кириллическую буквицу «Ф», дополнена ритмическим рядом складок платья девушки, воздевшей ввысь руки (филигранный — тонко сработанный). Вариант этого знака, предложенный для Волгоградской филармонии, — самый лучший, на мой взгляд, знак. Там струны лиры образованы пропиеями набережной — архитектурным символом Сталинградской победы. Великолепна и буквица «Ф» с лебединой парой в момент их любовного признания.

Эмблемы, логотипы, рекламные, театральные и концертные плакаты и буклеты, технические проспекты, значки, упаковки, памятные медали и пригласительные билеты — это одна из сфер полиграфического дизайна и промышленной графики, которым Коваль отдал значительную долю своего времени.

Товарные знаки, торговые марки, знаки обслуживания — все эти созданные им атрибуты корпоративной идентификации (фирменных стилей) местных предприятий, к сожалению, так и не стали сколько-нибудь значимыми брендами.

Причина — в их ограниченном продвижении на региональном уровне. Разве можно сравнить рекламный бюджет волгоградского «Царь-продукта» с марочной стратегией и рекламной мощью «Билайна»?

При всём карнавальном, искрящемся, нарядном и пышном многообразии форм, идей и ассоциаций эмблемам Ковалёва присуща прежде всего изобразительность.

Его знаки исполнены с высоким графическим мастерством, образы выверены и предельно точны.

Различия в психологии мужчин и женщин приводят к разному пониманию и запоминанию знаков представителями того и другого пола.

Знаки, отвечающие энергичным свойствам мужчин, представлены группой эмблем: «Волгоградводострой», ГК «БИЗНЕС СИСТЕМ», «Славянский Союз», «Казачьи конно-спортивные игры», «РосМашКом», «Высшая автомобильная лига», «ВолгаМонтажСервис», «Стабильность», «Завод СИМ», «Завод ЭТАЛОН», «Музей-заповедник «Сталинградская битва», «Контрольно-счётная палата», «Союз строителей города-героя Волгограда».

Большинство эмблем благотворительных фондов, прогвоздственных знаков решены в тонких изящных линиях для привлечения внимания женщин: «Первый Российский международный бал», «Корни и Крона», «Молини», «Столия», авиакомпания «Волга» и этикетки напитков.

Творческое кредо Ковалёва заключается в изысканности и женственности его графики.

Очень деликатно была использована им православная символика для Царицынского православного университета, Русского благотворительного фонда, конкурса «Эпоха Андрея Рублёва», для Второго съезда православной казачьей молодёжи и для деятельности Астраханского роддома, Волгоградского областного хосписа.

Короны и византийские двуглавые орлы украшают «Русский Мир», «Вердикт», «Вкус удачи», «Дом Гостей», «Орион», «Российский мебельный союз», «ХлебНаш», «Царь-продукт».

Он в полной мере владеет и методами дизайнера-графика: абстрактно-философским пониманием объекта, геометрической простотой и шрифтовыми трансформациями.

Многозначителен дизайн знаков «Айтиллект» (IT — интеллектуальные технологии) и «Лиги интеллектуальных игр», эти понятия сотканы не из образов, а из метаинтеллекта — знания о том, как «АйТи» работает или рассуждает.

В промграфике и в театральных плакатах Владислава Ковалёва поражает высокая шрифтовая культура. Его собственные шрифты: «ХЛЕБНАШ» и гарнитура «Столия» сочетают высокую декоративность и новизну. В других встречается некоторая жесткость и агрессия. Но в этом, видимо, проступают родимые пятна бизнеса «по-русски».

Нам надо ещё дотянуть спектакль до уровня плаката Ковалёва

Театральная афиша и даже афишка всегда были посредником между театральным действием и публикой. Позже становились документом, мемуарным источником, маленьким памятником. Потом появились художественные афиши и театральные плакаты, создаваемые К. Сомовым, А. Головиным, А. Бенуа, Л. Бакстом, Ю. Анненковым, Н. Акимовым, Б. Кустодиевым. Шрифтовая афиша стала деградировать, когда на смену ей пришел театральный плакат, создающий графический образ спектакля и стиль театра. Инструментом художника становятся мысль и метафора. В одно мгновение улицы Волгограда оказались украшенными произведениями настоящего искусства. Но всё проходит, прошло и это.

А мы-то думали — это будет всегда, забыв, что искусство принадлежит народу только при социализме. При нашем рынке типа «ку», на нашей планете «Кин-дза-дза» этому пиплу бросают лишь поп-арт и кич. Современную публику нужно заманивать не спектаклем, а лицом артиста, который там играет. Поэтому сегодня театральные афиши однотипны: это крупные снимки актеров, исполняющих главные роли.

Волгограду повезло, что театральный плакат в пору его расцвета держался столько лет усилиями одного лишь человека. И мы знаем имя этого человека.

Олег Ширяев, член Союза дизайнеров СССР.