

ки надвинувшегося на человека хаоса, в котором невозможна уже никакая связная фраза.

Экзистенциальный надлом, порождённый Первой мировой войной, вылился у дадаистов в декамероновский пир во время чумы. Так, Ханс Арп пишет: «Потрясённые бойней Мировой войны 1914-го, мы в Цюрихе посвятили себя искусству. В то время как в отдалении грохотали пушки, мы изо всех сил пели, клеили коллажи и сочиняли поэмы, мы стремились к искусству, в основе которого была бы способность исцелить век от безумия и найти тот новый порядок вещей, который бы восстановил равновесие между небом и адом» [цит. по: Герман 2003, 224]. Такая реакция в духе Боккаччо на ситуацию, травмирующую человеческую экзистенцию, была закономерным следствием как происходящих событий, так и того, с кем эти события происходили. Группа Дада, многим участникам которой не было и тридцати, была сильна не художественным единством и не новым языком, а именно силой отрицания, силой защитного цинизма и иронии. Дада – это реакция очень молодого человека на калечащую ситуацию. Если язык культуры, её пресловутые ценности приводят человека к Вердену и Ипру, то его нужно вырвать с корнем – вот пафос Дада!

Подводя некоторые итоги, можно сказать, что экспрессионизм и дадаизм – две стороны одной медали, две реакции на травму, которую нанесла европейской культуре Первая мировая война. Безусловно, авангард – многолик, и он сам по себе является реакцией на слом в культурных и цивилизационных процессах, но именно экспрессионизм и Дада, как никто другой, остро среагировали на экзистенциальную составляющую этих процессов. Экспрессионизм взвинчивает чувственность и предвидит грядущее в «Крике» Мунка, мазохистски разворачивает внутренности войны в офортах Дикса или пытается выстроить новую, не запятнанную связью с грубой материей, «Высшую Духовность» в абстрактных картинах Кандинского. А дадаизм отвечает на кошмар войны всеотрицающим шумом карнавала кабаре «Вольтер» и, одновременно, немотой языка живописи в коллажах и ready made. Иначе говоря, со стороны экспрессионизма реакция на войну – это трагическая, надрывная схватка с реальностью, а со стороны Дада – эскапизм и отрицание реальности.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

- Базилевский 1999 – *Базилевский А.* Деформация в эстетике сюрреализма и экспрессионизма // Сюрреализм и авангард: Материалы российско-французского коллоквиума. Москва, 1999. С. 33–46.
- Бычков 2003 – Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века / Под ред. В. В. Бычкова. Москва, 2003.
- Герман 2003 – *Герман М.* Модернизм. Искусство первой половины XX века. Санкт-Петербург, 2003.
- Максимов 1999 – *Максимов В.* Критика и авангард // Новое литературное обозрение. 1999. № 1 (39). С. 333–336.
- Сануйе 1999 – *Сануйе М.* Дада в Париже. Москва, 1999.

*Материал поступил в редакцию 28.08.2014*

## ВИЗУАЛЬНАЯ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ПОВСЕДНЕВНОСТИ В ДИЗАЙН-ГРАФИКЕ

**И. Г. Пендикова**

Омский государственный технический университет

Исследование посвящено выявлению процесса концептуализации экзистенциальных проблем повседневности в основных типах и жанрах современной дизайн-графики – от объектов наружной рекламы и средового дизайна до интернет-мемов, получивших широкое распространение в связи с развитием IT. Концептуализация экзистенциальных проблем, требуя их визуальной фиксации, способствует их осмыслению и одновременно проектирует механизм управления экзистенциальными состояниями, чем обусловлен выраженный психотерапевтический эффект подобного рода творчества. Создание и распространение интернет-мемов – универсальная коммуникация, которая позволяет обрести массовым формам дизайн-графики статус современного фольклорного жанра.

**Ключевые слова:** визуальная культура, визуальная коммуникация, визуальная антропология, концептуализация, графический дизайн, интернет-мемы.

## VISUAL CONCEPTUALIZATION OF THE EXISTENTIAL PROBLEMS OF DAILY OCCURRENCE IN DESIGN GRAPHICS

**Irina Pendikova**

Omsk State Technical University

Paper is devoted to identification of process of the existential problems conceptualization in the main types and genres of modern design graphics – from objects of outdoor advertising and environmental design to the Internet memes which were widely adopted in connection with the development of IT. Conceptualization of the existential problems, demanding their visual fixing, promotes their judgment and at the same time designs the mechanism of management of existential conditions, than obvious psychotherapeutic effect of creativity of this sort is caused. Creation and distribution of Internet memes – universal communication which allows to find for mass forms of design graphics the status of a modern folklore genre.

**Keywords:** visual culture, visual communication, visual anthropology, conceptualization, graphic design, Internet memes.

Современная визуальная культура и визуальная коммуникация представляют собой огромное поле для исследования различных аспектов

человеческой повседневности, актуализируя новую научную дисциплину – визуальную антропологию.

Сущность и задачи визуальной антропологии как научной дисциплины явно перекликаются с исторической антропологией в её, прежде всего, французском понимании и её интересом к поведенческим структурам, проявляющимся в речи, жестах, повседневной жизни людей, различных видах творчества, как профессионального, так и любительского. При этом визуальная антропология имеет ярко выраженный практикоориентированный потенциал, а её достижения предоставляют действенные способы и инструменты коррекции социальных проблем, профилактики различного рода конфликтов, в том числе – и межнациональных, межконфессиональных и т. д.

Этот потенциал обусловлен тем, что различные роды человеческой деятельности – социальной, экономической, политической, художественной и др. – объединяются ключевой моделирующей ролью понятия «культура». Визуальная антропология ориентирована на выявление актуальных гуманитарных целей, анализ их общечеловеческой сущности, постановку задач культуры, позволяющих прийти к осуществлению диалога между представителями разобщённых социальных групп и субкультур.

Эти задачи решаются на основе сформированного исследовательского интереса к межличностному и межгрупповому взаимодействию, умению видеть «изнутри» происходящие процессы с позиции их участников, вниманию ко всем проявлениям социальных практик в повседневной жизни.

Одновременно в качестве необходимого для современного исследователя представляется весьма существенным наличие подчёркнуто эстетического видения мира, которое впервые в качестве такового (качества исследователя) стало востребованным во времена поворота науки к модернистской парадигме в 1880-е гг. На основе методологии, сформированной в результате этого поворота, появились труды Й. Хейзинги и французской школы Анналов 1930-х гг. В результате, в качестве основной исследовательской задачи в науке стало рассматриваться создание не описательной, повествовательной истории человеческой культуры, а построение проблемной модели культуры, в центре которой находится общество в целом. Для создания такой модели и необходимо изучение различных аспектов феноменов повседневности, в том числе, современной визуальной коммуникации.

В целом необходимо комплексное исследование визуальных форм коммуникации в современной социокультурной среде, в том числе, таких как кинематограф, фотоискусство, телевидение. Настоящий доклад посвящён определению направления изучения и анализа объектов современного графического дизайна, формирующих значительную часть визуальной коммуникации современного социума. Эта цель достигается с помощью выявления процесса концептуализации экзистенциальных проблем повседневности в основных жанрах современной дизайн-графики – от профессионального коммерческого дизайна до различных вариантов создания графических интернет-мемов, получивших массовое распространение в связи с развитием ИТ.

В качестве предмета исследования обозначим феномен концептуализации экзистенциальных проблем современного человека, переживаемых им в

повседневной жизни, а именно, состояния напряжённого ощущения жизни, особого переживания времени, личностного самоопределения в процессе трудовой деятельности и т.д., в различных жанрах дизайн-графики. Под концептуализацией в данном случае понимается процесс выведения общего (стремящегося к универсальному, по крайней мере, в конкретной субкультуре) понимания некой экзистенциальной проблемы на основе жизненных наблюдений и его фиксация в визуальном образе.

Очевидно, что проблемы бытия отдельного человека, переживания им собственного существования в современной культуре встают перед индивидом гораздо более остро, чем когда-либо, что определяется множеством факторов, характеризующих нашу повседневность. И, прежде всего, это огромная психологическая нагрузка, обусловленная тем, что повседневная жизнь современного человека характеризуется его практически непрерывным нахождением/существованием в медиапространстве. Эта ситуация, с одной стороны, многократно увеличивает напряжённость восприятия экзистенциальных проблем, а с другой, предоставляет новые способы и инструменты их переживания.

Процесс концептуализации экзистенциальных проблем, с одной стороны, требуя их визуальной фиксации, способствует их осмыслению и рефлексии с целью максимально точной передачи конкретного состояния экзистенциального переживания (состояния экзистенциального ужаса, восторга или бессилия и т. п.), а с другой, проектирует некий механизм управления этими состояниями. Один из вариантов такого управления – это возможность обрести аудиторию, поделиться выведенной формулой с медиасообществом. «Самое личное в нас не может храниться как тайна, принадлежащая кому-то одному, поскольку она разрушает границы личности и жаждет быть разделённой, более того, утвердиться в качестве разделённой» [Бланшо 1998, 31]. Таким образом, разделённое переживание позволяет обрести ощущение истинности, подлинности существования, при этом визуальная концептуализация экзистенциальных проблем выполняет функцию управления экзистенциальными переживаниями, или, иными словами, роль инструмента психотерапии.

Рассмотрим, как этот механизм реализуется в различных жанрах дизайн-графики.

В целом, процесс выработки концептуальной идеи в качестве первоначального этапа проектирования в дизайн был принесён художниками-концептуалистами. Впервые концептуальный подход в искусстве начали применять дадаисты во второй половине 1910-х гг. Но особую роль в этом процессе сыграл концептуализм 1960-х гг. и, в частности, московский романтический концептуализм, представители которого будни повседневной жизни советского человека изображали через призму экзистенциальной проблематики (рис. 1).

Виктор Пивоваров, автор многочисленных произведений журнальной и книжной графики, с помощью контраста глубоко экзистенциального содержания и лаконичного графического языка схемы из учебника вызывает эмоцию глубокого сопереживания, которое оказывается тем сильнее, чем менее явное драматическое впечатление производит эта работа на первый взгляд.

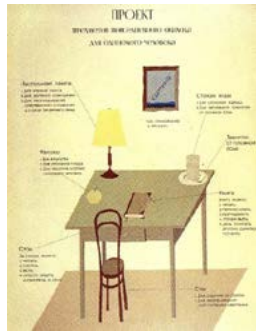


Рис. 1



Рис. 2

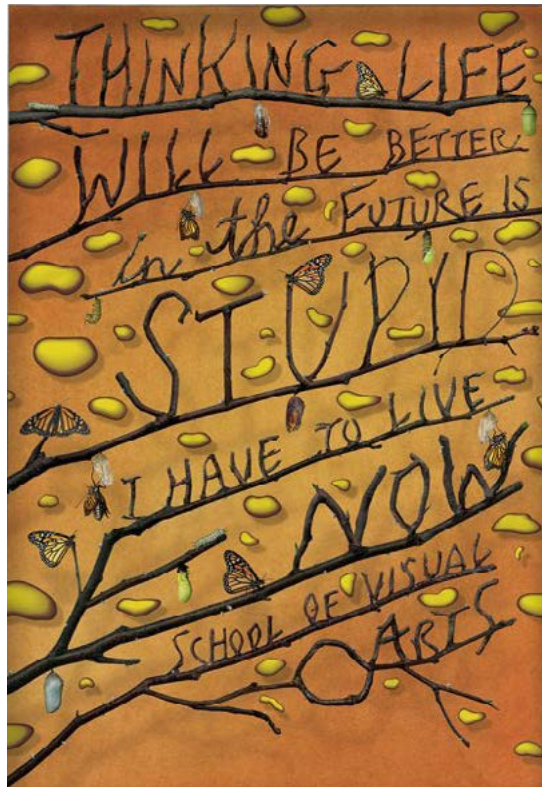


Рис. 3



Рис. 4

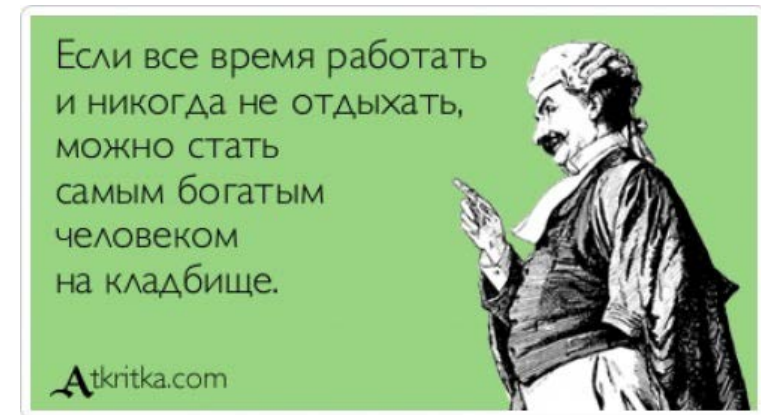


Рис. 5



Рис. 4



Рис. 6

Илья Кабаков использует в дизайне винной этикетки образ светящегося тоннеля, который видят люди, находясь на грани жизни и смерти, в обрамлении ангельских крыльев (рис. 2). Таким образом, в этом достаточно обыденном жанре прикладной графики возникает целая полифония смыслов – от ощущения райского наслаждения, которое способен доставить этот напиток, чему подтверждением служит тончайшая графика мастера, иронизирования на тему алкоголя и продолжительности жизни и до проблемы жизни и смерти как предельной в человеческой экзистенции.

Вполне применимой экзистенциальная тематика оказывается и в наружной рекламе, и средовом дизайне. Работы крупных мастеров дизайна в этих профессиональных областях, созданные на основе концептуализации экзистенциальных проблем, зачастую оказываются настоящими произведениями искусства, встроенными в повседневную визуальную среду современного города. При этом многие из них выполняют роль эффективного инструмента моделирования поведения молодых людей, потребителей и самых разных целевых групп.

Крупнейший современный австрийский графический дизайнер Стефан Загмайстер создал дизайн для рекламного брендмауэрного панно Школы визуальных искусств в Нью-Йорке, используя фразу: «Думать, что жизнь станет лучше в будущем, глупо. Я должен жить сейчас» (рис. 3). Концепция состоит в том, что стадии жизненного цикла бабочки сменяют одна другую, но все они проходят на ветвях одного и того же дерева. Однако экзистенциальный подход позволяет вычленил здесь ещё один смысл – из куколок воспитанники Школы визуальных искусств превращаются в бабочек.

Американская художница Барбара Крюгер создала инсталляцию Taking Place, для которой расположила на стенах залов Stedelijk Museum самые распространённые словесные клише, которые люди говорят друг другу и которые соответствуют межличностным стереотипам, накопленным человечеством: «Не говори мне, что делать», «Не говори мне, куда идти», «Давай останемся друзьями», «Пожалуйста, замолчи». Клише должны быть сломаны, стереотипы – развеяны (рис. 4). Инсталляция призвана привлечь внимание к аспекту социального общения и взаимодействия. В качестве выразительных средств Б. Крюгер использует текст, типографику, что, по её мнению, позволяет «пробиться сквозь толщу неискренности». «Я просто хочу говорить с людьми прямо и откровенно. Вот почему я постоянно использую местоимения – они точно так же помогают обнажить скрытое. Прямое обращение всегда было моим любимым тактическим приёмом, независимо от формата, в котором приходилось работать. Я хочу, чтобы люди были втянуты в пространство произведения. Большинство из нас неспособны на длительную фиксацию внимания на том или ином объекте. Вот я и пытаюсь выстрелить в сознание зрителя в тот самый момент, когда окно возможности ещё не закрылось» [Крюгер 1997].

Интересно, что Б. Крюгер определяет искусство, дизайн как «ежедневную работу, исследование, антропологию, создание комментария» [Крюгер 2009]. При этом функционально искусство для неё – это способ понять, кем мы являемся и чего стоим. Иначе говоря, речь идёт ещё об одной функции визуальной концептуализации проблем существования – самоидентификации.

До сих пор речь шла о крупных и признанных мастерах современного искусства и дизайна. Но специфика современной ситуации связана с тем, что в связи с бурным развитием современных ИТ возможность обрести широкую аудиторию имеет фактически любой пользователь Интернет. И если актуализация экзистенциальных проблем в произведениях графического дизайна коммерческой и социальной сфер обусловлена высоким уровнем личной культуры и профессионализма художников и дизайнеров, то сегодня существует ещё и большое количество «малых жанров» дизайн-графики, в которых реализуются творческие потребности самой широкой любительской аудитории. Мотивация участников творческого процесса в данном случае может заметно отличаться от обозначенной выше.

При знакомстве с основными жанрами любительской дизайн-графики, распространяющейся в качестве интернет-мемов, возникает ощущение, что, в первую очередь, переживание и визуализация экзистенциальных проблем в форме популярных сегодня жанров аткрыток, мотиваторов и демотиваторов позволяет авторам продемонстрировать и заявить собственную неконформистскую позицию и одновременно развлечь аудиторию, снять некое переживание путём введения его в сферу сознания. Визуализация сообщения служит своего рода его материализацией. Визуальное решение подобных сообщений не отличается высоким художественным качеством, зачастую представляя собой текст, набранный печатным шрифтом и взятый в рамку. Часто текст накладывается поверх фоновой фотографии. Недостаточный художественный уровень компенсируют юмор, ирония и даже сарказм, присущий данному жанру, как, например, в популярном демотиваторе «Не пытайся покинуть Омск» (рис. 5).

Существуют ресурсы, которые позволяют создавать подобные произведения с помощью интерактивных сайтов. История таких изображений берёт своё начало в 2007 году, когда Д. Митчелл и Б. Лунди создали специальный интернет-сервис <http://someecards.com> для проектирования аткрыток в ретро стиле и последующего распространения их через социальные сети или почту. Существует сайт, где аткрытки (написание слова «аткрытка» с первой буквы «а» – приём, подчеркивающий оригинальность нового жанра концептуальной дизайн-графики) можно создавать на русском языке – <http://atkritka.com>, содержащий огромное количество заготовок с рисунками, в которые необходимо только вставить собственный текст. Любой пользователь, зарегистрировавшись на данном ресурсе, может свободно создавать собственные аткрытки на самые разные темы, в том числе и экзистенциально заряженные (рис. 6).

Распространение интернет-мемов – универсальная визуальная коммуникация, которая позволяет обрести массовым жанрам примитивной дизайн-графики, по сути, статус современного фольклорного жанра.

Термин «фольклор» дословно переводится с английского как «народная мудрость». Фольклор – это коллективная творческая деятельность народа, в которой отражаются его мировоззренческие идеалы, самосознание, повседневная жизнь, часто отлитые в совершенную художественную форму. Народное творчество является исторической основой всей мировой культуры, но при этом постоянно находится в процессе развития и эволюции.

Так, если в советскую эпоху народное творчество находило выход в устных формах – частушках и анекдотах с острым политическим или эротическим содержанием, то в эпоху IT – в форме визуального послания: открыток, демотиваторов, молескинов и т.д.

Лучшие образцы подобного рода фольклора создают профессиональные художники, для которых интернет, социальные сети становятся выставочным залом с максимальной аудиторией и налаженной обратной связью с художником. В качестве примера приведём получившие признание у художественно-ориентированной публики авторские молескины – интернет-мемы, получившие своё название от легендарной канцелярской марки, производящей записные книжки и альбомы для творчества в качественных матерчатых обложках, популярные у творческой интеллигенции, делающей в них записи, которые могут пригодиться в будущем творческом процессе, зарисовки, наброски. Один из самых ярких представителей этого жанра – омский художник Дамир Муратов (рис. 7).

Современная дизайн-графика представляет собой огромное визуально-антропологическое исследовательское поле для изучения и анализа самоочевидностей современного массового сознания, схем типизации объектов социального мира, форм социальной практики, экзистенциальных проблем повседневности. Одновременно следует осознавать потенциал графического дизайна в качестве инструмента продвижения гуманистических ценностей современной культуры и формирования требуемой мотивации целевой аудитории.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

- Бланшо 1998 – *Бланшо М.* Неопишемое сообщество / Пер. с фр. Ю. Стефанова. Москва, 1998.
- Крюгер 1997 – *Крюгер Барбара.* Художники прошлого и настоящего. [Электронный ресурс] URL: [http://www.warhol.org/education/resourceslessons/ru/pdf/kruger\\_handout\\_ru.pdf](http://www.warhol.org/education/resourceslessons/ru/pdf/kruger_handout_ru.pdf) (дата обращения: 22.08.14).
- Крюгер 2009 – *Балаховская Ф.* Интервью с Барбарой Крюгер. [Электронный ресурс] URL: <http://www.timeout.ru/msk/feature/2621> (дата обращения: 22.08.14).

*Материал поступил в редакцию 26.08.2014*

### ХИМЕРЫ В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ, ИЛИ ОПЫТ ЗНАКОМСТВА С «ТАКСИДЕРМИЕЙ» ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

**М. С. Горбулёва**

Томский государственный педагогический университет

**Материал подготовлен при поддержке РФНФ, грант № 12-03-00198  
«Биоэтика как форма самосознания современной культуры»**

Химера – это не только одно конкретное существо, известное по наследию древнегреческой культуры. Сегодня химер вновь создают в лабораториях и в новых формах культуры. Поскольку главной задачей биоэтики является защита индивидуальности, то приходится принимать и защищать разные формы этой индивидуальности. Биоэтика, заставляя изменить отношение к животным, фиксирует изменение отношения человека к себе, к своей жизни. Отмеченное сочувствие изменяет отношение к прошлому, в котором некоторые экзистенциальные ценности выглядят не жизнеспособными, не актуальными для выработки морального обоснования жизни человека. Вот эти «мёртвые» ценности подобны «чучелам», которые традиции тащат за собой

**Ключевые слова:** химера, таксидермия, биоэтика, символы, экзистенциальные ценности, визуальные формы, волонтёры, добровольчество.

### CHIMERAS IN MODERN CULTURE, OR AN EXPERIENCE RESEARCHING OF “TAXIDERMISTRY” OF EXISTENTIAL VALUES

**Maria Gorbuleva**

Tomsk State Pedagogical University, Russia

Chimera it's not just one of the specific creature known on the heritage of ancient Greek culture. Today chimeras newly created in the laboratory and in the new forms of culture. Since the main goal of bioethics is to protect the individual, then we must accept and defend different forms of individuality. Bioethics, forcing to change the attitude towards animals, captures the change in the relationship of man to himself, to his life. This sympathy is change feeling of the past, in which some existential values do not seem viable, not relevant for the development of moral reasoning a person's life. These “dead” values like “stuffed”.

**Keywords:** chimera, taxidermy, bioethics, symbols, existential values, visual forms, volunteers, volunteering.