
СПИСОК ИЛЛЮСТРАЦИЙ

Илл. 1. Житие Будды Шакьямуни. Танка. Центральный Тибет, XII век. Ткань, клеевые краски. Собрание семьи Циммерман.

Илл. 2. Житие Будды Шакьямуни. Танка. Тибет, XIX век. Ткань, клеевые краски. Музей искусств Д. Рубина.

Илл. 3. Житие Будды Шакьямуни. Две танки из цикла. Тибет, XIX век. Ткань, клеевые краски. Музей Дома Тибета.

Илл. 4. Рождение Будды Шакьямуни. Танка. Тибет, XIX век. Ткань, клеевые краски. Музей искусств Д. Рубина.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андросов В. П. Будда Шакьямуни и индийский буддизм. М.: «Восточная литература» РАН, 2001.
2. Ашвагхоша. Жизнь Будды / Пер. с санскрита К. Бальмонта. М.: Художественная литература, 1990.
3. Будон Ринчендуб. История буддизма. СПб.: Евразия, 1999.
4. Герасимова К. М. Вопросы методологии исследования культуры Центральной Азии. Улан-Удэ: Издательство БНЦ СО РАН, 2006.
5. Далай-лама XIV. Гарвардские лекции. М.: Цонкапа, 2003.
6. Огнева Е. Д. Структура тибетской иконы // Проблемы канона в древнем и средневековом искусстве Азии и Африки. М.: Наука, 1973. С. 103–112.
7. Терентьев А. А. Определитель буддийских изображений. СПб.: Нартанг, 2004.
8. Pal P. Idoles du Népal et du Tibet. Paris, 1996.
9. Rhie M., Thurman R. Weisheit und Liebe. 1000 Jahre Kunst des tibetischen buddhismus. Bonn, 1996.

REFERENCES

1. Androsov V. P. Buddha Shak'jamuni i indijskij buddizm. M.: «Vostochnaja literatura» RAN, 2001.
2. Ashvaghosha. Zhizn' Buddy / Per. s sanskrita K. Bal'monta. M.: Hudozhestvennaja literatura, 1990.
3. Budon Rinchendub. Istorija buddizma. SPb.: Evrazija, 1999.
4. Gerasimova K. M. Voprosy metodologii issledovaniya kul'tury Central'noj Azii. Ulan-Udje: Izdatel'stvo BNC SO RAN, 2006.
5. Dalaj-lama XIV. Garvardskie lekicii. M.: Conkapa, 2003.
6. Ogneva E. D. Struktura tibetskoj ikony // Problemy kanona v drevnem i srednevekovom iskusstve Azii i Afriki. M.: Nauka, 1973. S. 103–112.
7. Terent'ev A. A. Opredelitel' buddijskih izobrazhenij. SPb.: Nartang, 2004.
8. Pal P. Idoles du Népal et du Tibet. Paris, 1996.
9. Rhie M., Thurman R. Weisheit und Liebe. 1000 Jahre Kunst des tibetischen buddhismus. Bonn, 1996.

О. С. Безручко

ЦИТАТНЫЕ ФОРМЫ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ КОНЦА XX — НАЧАЛА XXI В.

В статье раскрывается актуальная тема классификации цитатных форм в современном графическом дизайне. Ведь, как известно, цитация выполняет значительную роль в образовании визуального языка графического дизайна рубежа веков и является характерной чертой дизайна постмодернизма. Цитатные формы находят свое описание, отмечаются их отличительные особенности.

Ключевые слова: цитатные формы, цитация, стилизация, аллюзия, рекламная пародия, реминисценция, графический дизайн

QUOTATION FORMS IN THE GRAPHIC DESIGN
AT END OF THE XX — BEGINNING OF THE XXI CENTURIES

A classification of quotation forms in the modern graphic design is presented. It is argued that quotation plays a significant role in the formation of a visual language of graphic design of the turn of the century and is a distinctive feature of postmodernism. The quotation forms are described, as well as their distinctive features.

Keywords: quotation forms, quotation, stylization, allusion, advertising parody, reminiscence, graphic design.

Для графического дизайна, как и для искусства в целом, характерно использование разной степени взаимосвязи с культурными традициями прошлого при создании нового произведения. Произведение всегда балансирует между существующей художественной традицией, наследием и созидательной творческой установкой автора. Современный графический дизайн — широкое поле, богатое семиотическими и визуальными связями. Цитация выполняет значительную роль в образовании визуального языка современного графического дизайна и становится характерной чертой не только зрелого постмодернизма, но и его поздних проявлений. И если семантическая составляющая графического дизайна в наше время уже достаточно хорошо изучена, то классификация «цитатных форм» остается нераскрытой темой.

Новые средства массовой информации, телевидение, и особенно появление компьютерных технологий, преобразили наш мир. Человечество перешагнуло в постиндустриальное общество, с его открытой, постновой культурой, пронизанной коммуникациями. В этом «сверхоткрытом» глобалистическом информационно-насыщенном пространстве графический дизайн заново переосмысляет свои методы и границы. На рубеже XX–XXI веков формируется ментальность нового человека с мультимедийным сознанием, с новыми ценностями и новым восприятием, и графический дизайн устремляется на

встречу этому движению, становясь все более «мобильным», открытым, интерактивным.

Сегодня, как никогда ранее, становится актуальным создание классификации цитатных форм в графическом дизайне конца XX — нач. XXI века. Цитатные формы — совокупность видов цитаций в графическом дизайне, содержащих эксплицированную (явную) или имплицитную (неявную) отсылку на произведение-первоисточник. В некоторых случаях конкретного произведения дизайна, с его композиционным строем и колоритом — цитата, аллюзия, в некоторых случаях стиливой формы — стилизация или преимущественно стиливого содержания — реминисценция. Однако следует отметить, что при всей однозначности формулировок и различий границы цитатных форм зачастую остаются весьма условными.

Эксплицированные «цитатные формы» содержат открытые, явные, не завуалированные ссылки на произведение-оригинал другого автора. К эксплицированным цитатным формам относятся: цитата, стилизация, аллюзия, предлагающие сознательное использование черт стиля или композиционного строя конкретного произведения.

Цитата. Представляет собой прямой перенос черт и элементов произведения, с наименьшей долей творческой переработки. Этот термин пришел в дизайн из лингвистики. *Цитата в графическом дизайне* —

заимствование и воспроизведение элементов композиции, общего строя произведения, ритмики, колорита или характерных деталей произведения-первоисточника (чаще всего — одного конкретного или одной серии) в новом произведении, с долей творческой переработки и модификации, для достижения эффекта художественного воздействия. Следует отметить, что в графическом дизайне цитата преследует исключительно художественные цели и, в отличие от аллюзии, не стремится к намеку, к шутке или иронии по поводу оригинала. Можно также отметить, что замысел такой цитаты — неузнавание. Авторы цитат в дизайне, несмотря на значительные заимствования, претендуют на новаторство, модифицируя технику (например, кисть — фотография, плоское изображение — объемное), материал, сюжет, меняют персонаж или модель и т. д.

Цитату часто легко определить: можно обнаружить значительное сходство композиции, соответствие каких-то конкретных деталей, колорита. Например, в фотографии Стивена Майзела для рекламной кампании «Prada», узнается картина Пабло Пикассо «Портрет Жаклин со скрещенными руками» 1954 г. Хотя композиция зеркально отражена, поза модели, постановка рук, ног и головы, колорит и динамика абсолютно идентичны. Однако не следует путать цитату с копированием, репродукцией, эпигонством и плагиатом, так как цитирование подразумевает наличие нового произведения, в которое влилась ссылка, а не является воспроизведением первоисточника. Цитата может достигать большой визуальной выразительности, ведь, как правило, в качестве прецедентного источника выбираются произведения признанных мастеров, известных художников или дизайнеров. Все это делает цитату необычайно зрелищной, поражающей воображение современного зрителя.

Термин *цитата* (или синоним — *цитация*), подобно его употреблению в лингвистике, может также применяться в качестве обобщающего для обозначения всех видов цитатных форм. А также цитирование — для обозначения процесса применения цитаты. Существует несколько видов цитирования. *Гетероцитирование* — неоднородное, выборочное цитирование. *Автоцитация* — цитирование своего творчества. *Квазицитирование* — цитирование общего композиционного строя, ритмики, концептуальной основы произведения.

Стилизация — еще один тип цитации. Она воспроизводит уже существующие стилевые формы, но при этом также может быть содержательно насыщенной и функционально разнообразной. Общими чертами любой стилизации являются искусственность, вторичность, иллюзорность, формализм. «Заимствуя из арсенала культуры уже готовые формы, знаки и значения, стилизация их препарирует, видоизменяет, поновому комбинирует и преподносит» [8]. «Стилизацию можно определить по отношению к стилю как художественную имитацию стиля, как "подделку" под оригинал, но подделку обнаженную, подчеркнутую; стилизация и художественная имитация, подделка как прием, в сущности, — синонимы...» [7]. Несмотря на известную долю вторичности и нарочитости, стилизация предоставляет широкий диапазон готовых стилевых форм, позволяющих создать запоминающийся образ. Часто стилизацию применяют, чтобы подчеркнуть «дух времени», лучше раскрыть сюжет плаката или фирменного стиля. Например, обложки журнала «Pop» 2008 г. Себастьяна Файена (Sebastian Faena) заимствуют формальные элементы стиля поп-арт, что соответствует названию издания. Но возможно привлечение стилизации и без «сюжетной обоснованности», просто в качестве дополнительной творческой утановки, для достижения эффекта худо-

жественной выразительности. В стилизации первоисточником служит именно форма стиля, тогда как композиционный строй произведения, колорит, техника, материал могут меняться.

Аллюзия — цитатная форма, которая обнаруживает наиболее активное взаимодействие между автором нового произведения и его предшественником. Чаще всего автор сознательно вступает в диалог с прецедентным источником. «Цель такой аллюзии, — пишет Ш. Нодье, — обратить внимание читателя (или зрителя) на сходство "новой ситуации со старой" <...> Удачная аллюзия "обличает гений"» [2]. Часто аллюзия имеет ироничный юмористический подтекст. Например, обложка журнала «Esquire», 1969 г. изображает тонущего в баночке томатного супа Кэмбеллс Энди Уорхолла. Выпуск этого номера журнала посвящен закату американского авангарда, и тем оправданнее аллюзия: знаменитый дизайнер, тонущий в одном из самых своих символических произведений в стиле поп-арт. Следует отметить, что в графическом дизайне аллюзия, как в данном случае, часто применяется совместно с метафорой, для усиления воздействия нередко используется в рекламной пародии.

Итак, аллюзия (франц. *allusion* от лат. *alludere* — подшучивать, намекать) — намек, ассоциация, мысленное соотнесение непосредственно воспринимаемого объекта с тем, что в памяти с какими-либо событиями прошлой жизни, хорошо знакомыми явлениями, историческими, мифологическими, литературными персонажами <...>» [2].

Являясь, способом «обращения», аллюзия может привлекаться для выражения протеста. Например, известный дизайнер Марсель Дюшан, представитель движения «Дада», в своей работе «L.H.R.O.O.Q.» (1919–1930 г.) создал аллюзию на известную картину Леонардо да Винчи «Джоконда» 1503–1504 г., добавив в своей ра-

боте к известному произведению некоторые элементы. Этот «акт вандализма» как нельзя лучше выразил творческую платформу нигилистического движения «Дада» — отказ от искусства прошлого, отращение к любым условностям, стандартам и традициям.

Однако полное господство аллюзии встречается в жанре **рекламной пародии** — ведь **пародия** является одним из видов аллюзии. Сама пародия подразумевает наличие некоей почвы для пародирования события, факта, произведения, персонажа, поэтому здесь их смыслы сливаются. Вслед за Марселем Дюшаном, по прошествии почти полувека, сразу несколько рекламных агентств сделали еще ряд аллюзий на эту картину Леонардо да Винчи: агентство «Y&R Israel» (рекламная кампания геля для губ Blisteks, 2008 г.); рекламное агентство «DDB Milan», 2008 г. (реклама Audi Q7) — дорисовали низ картины, подкрепив слоганом «Произведение искусства и гораздо большее», Агентство «Leo Burnett Peru» — рекламная кампания энциклопедии, 2008 г., подобным образом доработали картину — предлагая знать о шедеврах мировой живописи больше и т. д.

В отличие от нейтральной в целом и элегантно аллюзии, которая только «намекает, шутя», пародия преследует вполне конкретную цель иронии и высмеивания. М. С. Каган считает пародию важной составляющей языка постмодернизма как одного из инструментов протеста против модернизма: «... в художественных проявлениях постмодернизма так силен элемент ироничности, в России, например ... ее подчас принимают за сущность данного движения... Между тем, ироничность является закономерным следствием утраты писателями и художниками уверенности в недавних идеалах модернизма и ... не удовлетворенные ими постмодернисты сознательно или неосознанно классику пародируют» [6].

Имплицитные цитатные формы. В отличие от эксплицированных цитат, которые употребляются чаще всего сознательно и явно, имплицитные цитатные формы содержат неявные, латентные проявления цитирования, отличаются особенно творческим подходом. К имплицитным цитатным формам относится реминисценция.

Реминисценция — наиболее творческая «цитатная форма». Часто автор прибегает к ней неосознанно, она проявляется как воспоминание о каком-то стиле или произведении. Возможно и сознательно направить мысль творца по пути реминисценции: достаточно просматривать произведения любимых авторов, графические альбомы, репродукции, читать книги и статьи о творчестве и жизни выдающихся дизайнеров — все это может спровоцировать проявление отголосков стиля ушедшей эпохи в творческих работах. Границы реминисценции зачастую бывают весьма абстрактны, умозрительны. Ведь, по сути, речь идет об источнике вдохновения автора. Осознанно или нет, мы черпаем вдохновение в зрительных образах, которые нас окружают либо которые мы видели в прошлом. Создавая новое, человек не может полностью абстрагироваться от того, что он уже видел или знает. Г. Гадамер пишет: «сущность того, что мы называем "духом", заключается в самой способности продвигаться вперед, удерживая этот горизонт открытого будущего и неповторимого прошлого... И память, и воспоминание, несущие в себе искусство прошлого, традицию нашего искусства и смелое экспериментирование, его невероятные, противоречивые, себя отрицающие формы, одинаково свидетельствуют о деятельности духа. И мы должны спросить себя: что вытекает из такого единства прошлого и настоящего?» [4].

Ответом на этот вопрос и будет реминисценция (от лат. *re-miniscentia* — воспоминание) — смутное воспоминание, осно-

ванное на неясной ассоциации. В художественном творчестве реминисценция является одним из способов формообразования, который заключается в использовании формальных элементов, мотивов, тем, сюжетов, известных ранее, но в иных сочетаниях...» [3]. Хотя реминисценция может в некоторых ситуациях использоваться автором вполне осознанно, ее методы значительно отличаются от стилизации. Реминисценция не перерабатывает «готовые стилевые формы», а скорее, — наоборот — это всегда рождение нового слова. Само сходство реминисценции с оригиналом, с источником не сразу очевидно, так как реминисценция «вдохновляется» в первую очередь не внешней стороной стиля — стилевой формой, а внутренней — содержанием, идейной основой, посылом и, по некоторым трактовкам (Р. Арнхейм), может рассматриваться как продолжение самого стиля по прошествии времени.

Известный дизайнер Невил Броуди, один из лидеров «новой волны» 80-х, не раз в своих интервью упоминал, что черпает вдохновение в работах конструктивистов, представляя, как они могли бы работать в современных условиях. Это влияние конструктивизма особенно чувствуется в ранних работах Броуди, например, в разворотах журналах «The face» 1985 г. Однако Броуди не применяет цитацию или стилизацию, заимствуя арсенал форм конструктивистов, а создает реминисценцию — творчески интерпретирует, осмысливает идейную основу стиля. Именно это и позволило рассматривать творчество этого известного дизайнера как действительно новаторское. В данном случае реминисценция применялась как творческий метод: стиль прошлого используется как источник вдохновения, стимулирующий творческий процесс.

Если продолжать сравнение со стилизацией, то можно отметить тенденцию квазичитирования — реминисценция цитирует

только ритмический ряд, общие характеристики композиционных приемов, «стилевой каркас». Можно сказать, что реминисценция воспроизводит стиль более размыто, выборочно, как бы глядя на него «боковым зрением», когда все конкретные детали подменяются игрой воображения и заменяются новыми элементами. Реминисценция цитирует «отдельные черты, навеванные невольным или преднамеренным заимствованием образов или ритмико-синтаксических ходов из другого произведения (чужого иногда своего)» [1]. Важным свойством реминисценции, является ее безоценочность, аксиологическая нейтральность.

В отличие от аллюзии, которая содержит в себе явные интонационные послылы, дополнительные смыслы, реминисценция

не призвана ни для намека, ни для иронии или усмешки.

Значение реминисценции для современного графического дизайна очень велико. Ведь наряду с другими цитатными формами она формирует язык современного графического дизайна, который осознанно или неосознанно обращается к наследию прошлого. Заимствуя только изначальный стилевой посыл, она вырастает в новые удивительные образы, истоки которых не всегда прослеживаются с первого взгляда. Реминисценция являет собой «специфический знак, позволяющий на основе ... отражения одного культурно-исторического сюжета в другом, воспроизвести новый, наполненный неповторимым как по форме, так и по содержанию смыслами и ценностями феномен культуры» [5].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Большая Советская Энциклопедия. М.: Советская энци., 1975.
2. *Власов В. Г.* Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: В 10 т. СПб.: Азбука классика, 2008. Т. 1.
3. *Власов В. Г.* Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства: В 10 т. СПб.: Азбука классика, 2008. Т. 8.
4. *Гадамер Г.* Актуальность прекрасного. М.: Искусство, 1991.
5. *Дементьева С. В.* Роль и значение реминисценций в постижении ценностно-смыслового содержания памяти: Автореф. ... д-ра филос. наук. Томск, 2000.
6. *Каган М. С.* Введение в историю мировой культуры. СПб.: Петрополис, 2003. Кн. 2.
7. *Никитина С. Е., Васильева Н. В.* Экспериментальный словарь стилистических терминов. М.: РАН; Институт языкознания, 1996.
8. *Устюгова Е. Н.* Стиль и культура: опыт построения общей теории стилия. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006.

REFERENCES

1. Bol'shaja Sovetskaja enciklopedija. M.: Sovetskaja enc., 1975.
2. *Vlasov V. G.* Novyj enciklopedicheskij slovar' izobrazitel'nogo iskusstva: V 10 t. SPb.: Azbuka klassika, 2008. T. 1.
3. *Vlasov V. G.* Novyj enciklopedicheskij slovar' izobrazitel'nogo iskusstva: V 10 t. SPb.: Azbuka klassika, 2008. T. 8.
4. *Gadamer G.* Aktual'nost' prekrasnogo. M.: Iskusstvo, 1991.
5. *Dement'eva S. V.* Rol' i znachenie reminiscencij v postizhenii tsennostno-smysloвого soderzhaniya pamjati: Avtoref. ... d-ra filos. nauk, Tomsk, 2000.
6. *Kagan M. S.* Vvedenie v istoriju mirovoj kul'tury. SPb.: Petropolis, 2003. Kn. 2.
7. *Nikitina S. E., Vasil'eva N. V.* Eksperimental'nyj slovar' stilisticheskikh terminov. M.: RAN; Institut jazykoznanija, 1996.
8. *Ustjugova E. N.* Stil' i kul'tura: opyt postroenija obschej teorii stilja. SPb.: Izd-vo SPbGU, 2006.