

АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ МУЗЫКАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

ASPECTS OF MODERN MUSIC CULTURE



В. О. ПИГУЛЕВСКИЙ

Южно-Российский гуманитарный институт

МУЗЫКАЛЬНЫЕ ФЭНЗИНЫ И ПАНК-ГРАФИКА



Развитие рок-музыки во многом питается духом контркультуры и само стимулирует энергию молодежных движений. Вокруг этих движений складывается околмузыкальная риторика, воплощённая особым языком графического дизайна, – журналы, афиши, постеры, концертные флаеры, обложки альбомов. В данной статье пойдет речь о любительских музыкальных журналах, имеющих контркультурную направленность.

Движения битников, хиппи и нонконформистов, которые отрицают карьеризм, меркантильность, бюрократию, ханжескую мораль и религиозный ригоризм, приводят к сексуальной, психоделической и сарафанной революции. В центре внимания молодёжи – отстаивание индивидуальной свободы, которую связывают с расширением сознания, неформальным поведением и рок-музыкой, выражающей протест против традиционных ценностей культуры. Рок-музыка становится одной из оргиастически-экстатических практик, поскольку рок-концерты сопровождаются скандалами и дают выход бунтарским настроениям. В музыке видят путь личного освобождения и наслаждения. Возникает культ рок-музыкантов, который поддерживается выпуском виниловых дисков. Потребность общения по поводу музыкальных событий поддерживается коммуникативными практиками – возникает масса газет, журналов и постеров, вращающихся вокруг рок-музыки и стиля жизни нонконформистов.

Среди журналов, посвящённых рок-музыке, появляются такие, которые отклоняются от мейнстрима массовой печати и говорят на языке музыкальных фанатов, ибо выпускаются самими фанатами и для фанатов. Именно здесь складывается новый визуальный язык, который приходит на смену рационализму официальной прессы.

Эти журналы, как и рок-музыка, рассчитаны не на развлечение, а на выражение протеста и анархических настроений. Журналы получают название *fanzine* (от *fan* и *magazine*) или просто *zine*, составляя суть *underground press*. Почему возникают подпольные издания в западном обществе свободы слова? Очевидно, потому, что истеблишмент навязывает свои предписания и правила – прагматическую мораль, респектабельность, карьеризм, представления об обеспеченной мещанской жизни, культ денег, потребительства – и всё это через гляцевые журналы, кинофильмы Голливуда и навязчивую рекламу. Реакцией на прагматизм отцов становится субкультура «детей-цветов», а отрицанием официальной и конформистской прессы оказываются журналы андеграунда. На почве протестных настроений журналы фанатов рок-музыки предстают своеобразной аурой музыки и выражением духа контркультуры. Эти журналы ориентируются на небольшие группы нонконформистов, а потому не имеют ни коммерческой направленности, ни политической ангажированности.

Контркультура зарождается на Западе в 1950-х годах как движение битников, «разбитого поколения» (Г. Стайн). Слово *beat* происходит от *beatitude* – «блаженный», отвечая характеристике молодых людей, которые отказываются от американских добродетелей – конформизма и практицизма. Бесцельно шатаясь по улицам, переезжая с места на место, группы «блаженных» и безответственных молодых людей ищут удовольствия и развлечения. Они стремятся выразить свою индивидуальность, отвергают буржуазную мораль и считают себя *hipsters*. Они слушают бибоп, погружаясь всем существом в атмосферу джаза [1]. Они называют себя битниками, джазниками, бопниками, одержимыми. На смену битникам приходят хиппи с идеологией «Великого Отказа».

Идеологии хиппи способствует философия фрейд-марксизма, которая переносит внимание с человека дела на артистическую личность. Движение хиппи, последовавшее вслед за битниками в 1960-х годах, воспринимает идею освобождения личности у Герберта Маркузе (1955).

Руководствуясь соображениями об орфической чувственности, хиппи стремятся к высвобождению эстетико-эротического измерения в сфере свободной любви, наркотического транса и рок-музыки. Сан-Франциско становится местом любви, а Вудсток – местом паломничества музыкальных коллективов (1969). На музыкальном фестивале выступают Джоан Баэз, Дженис Джоплин, Карлос Сантана, Джимми Хендрикс, «Credence Clearwater Revival», «Crosby», «Stills», «Nash&Young», «The Who» и другие. Основным направлением 1960-х годов становится блюз-рок как продолжение ритм-энд-блюза, рок-н-ролла, мерси-бита и британского блюза с виртуозными гитарными импровизациями [3]. Представители ритм-энд-блюза – это «The Rolling Stones», «Cream», «Free», «The Doors», «The Yardbirds», «Taste» и другие. Освещать ранний рок начинают фэнзины, в которых используется графика Джея Кинни и Била Ратслера. Эти издания – «Crawdaddy» и «Shaw's» (1963), «Mojo Navigator» (1966), «Vompr» (1970) – выпускаются не фанатами, а редакторами и дизайнерами для фанатов.

Поскольку освобождение достигается путём расширения сознания с помощью галлюциногенов, постольку рождается психоделический стиль в искусстве. Активизируемый психоделический опыт – trip – приводит к рождению и распространению acid-rock (кислотного рока), пионерами которого становятся «Grateful Dead», «Jefferson Airplane», «Pink Floyd» (1965–1969). В духе психоделики пишутся отдельные песни – «The Day Tripper» (группы «The Beatles»), «Wild Thing» («Troggs»), «Eight Miles High» («Byrds»), «Pain in Black» («Rolling Stones») и «When the Music's Over» («The Doors»). В данном контексте характерно следующее высказывание Джима Моррисона из группы «The Doors»: «Меня интересует всё, что относится к бунту, беспорядку, хаосу и особенно поступки, в которых нет очевидного смысла. Мне кажется, здесь – путь к свободе» [7].

Психоделическая революция и acid-rock побуждают к созданию эффектной графики, которая реализуется в афишах, концертных флаерах, дизайне альбомов. Постеры Виктора Москоко, Рика Гриффина, Майкла Инглиша, Таданори Йоку посвящаются фестивалям любви и music trip. В духе психоделики работают дизайнеры «Push Pin Studios» – Милтон Глейзер, Сеймур Квэст, Рейнольд Раффинс и Эдвард Сорел. Это своео-

бразный графический язык кислотного рока. Такой стиль пытается передать яркие настроения и ощущения после употребления наркотических средств. Отсюда – броские, кричащие цвета, хаос в дизайн-макетах. Плавные линии заимствованы у art nouveau, но добавлены цвета радуги, неразборчивые и кривые шрифты, прототипом чего служат яркие батики, привезенные хиппи из путешествий по Афганистану и Индии. Подобно цветку, выются цветные линии причёски в плакате Милтона Глейзера, посвященного Бобу Дилану. Следует упомянуть и презентацию винила – оформление в стиле psychedelic альбома «Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band» («The Beatles») художником П. Блейком (1967), «Disraeli Gears» («Cream») М. Шарпом (1969), «Aoxomoxoa» («Grateful Dead») Р. Гриффином (1969), «Dark Side of the Moon» («Pink Floyd») С. Торгерсоном (1973).

В духе психоделики выпускается фэнзин «Oz», посвященный рок-музыке, галлюцинациям, снам и медитациям. В журнале, обложки которого создают Мартин Шарп, Роберт Вайтекер, Джон Гудчалл, Эд Белчамблер, используются коллажи, мультипликация и сюрреалистические эффекты. Графика журнала полностью противоречит швейцарскому стилю. «Oz» отличают отрицание «хорошего дизайна», применение ярких цветов, выразительных силуэтов, неожиданные и динамичные композиции, техника коллажа, китч, использование серийных элементов, истеричных фотографий рок-музыкантов, обилие комиксов и карикатур. Страницы журнала заполняются декорированными элементами, рисованными орнаментами, набросками, включающими этнические и исторические аллюзии, навеянные индийской мифологией.

Вместе с завершением движения хиппи иссякает и психоделический рок, однако психоделический стиль остается вариантом графического языка, который существует до сих пор. С 1970-х годов на авансцену выходят glam-, art-, folk- и hard-rock [8]. Однако расцвет фэнзинов происходит благодаря возникновению направления punk-rock – некой точки отсчёта в развитии новой субкультуры. Поскольку центром внимания является орфическая личность и, особенно, личность рокера, постольку музыка задает культурную тенденцию. Панк-культура начинается с музыки.

Скандалная группа «Sex Pistols» провозглашается анти-роком, поскольку, с одной стороны, противопоставляет свой нигилизм и анархию разбогатевшим тяжеловесам «Deep Purple», «Yes», «Led Zeppelin», «Pink Floyd», а с другой, группа отрицает сложный рок, упрощая игру до трех аккордов. Английские кумиры 1976 года – исколотые булавками «Sex Pistols», ряженные

под вампиров «The Damned», сумрачные готы «Siouxsie and The Banshees» – отличаются агрессивным-анархическим эпатажем. От музыки требуют жёсткой и громкой ритмичности для того, чтобы продемонстрировать анархический бунт против господствующей власти. Начало панк-культуры положено выходом песен «New Rose» («The Damned») и «Anarchy in the UK» («Sex Pistols»). В качестве поддержки «Sex Pistols» создается плакат Джимми Рида «Боже, храни королеву!» (1977) – визуальная пародия на правящую власть. Анархическое «долби систему» становится сутью протеста. Предшествуют панку группы «The Ramones», «Patti Smith Group», «Talking Heads». После успеха «Sex Pistols» последовали «Clash», «Subway Sect», «Siouxsie & The Banshees», «Vibrators», «Buzzcocks», а затем «The Cure», «Bauhaus», «Discharge, Echo & The Bunnymen», «Joy Division», «Japan» и другие. Тексты песен пишутся о том, что волнует молодёжь, – о безработице, преступности, наркотиках и полиции, о серости жизни без свободы и, разумеется, о любви. В текстах прорывается ненормативная лексика, царит полное наплевательство на традиции британского общества. В арсенал панков входят оскорбления, театральная жестокость, отрицание общественного порядка и критика образцов западной культуры. Более пятнадцати лет панк-рок будоражит сознание молодежи [2, с. 121]. Особенно панки шокируют хулиганским поведением и внешним видом. Если хиппи носили длинные волосы, джинсы, майки, сарафаны, сумки, пояса, браслеты и бусы, то панки носят гребни ирокезов, пирсинг, ошейники с шипами и банданы. Однако и те и другие ратуют за индивидуальную свободу и анархию.

Новая волна панк-рока – это американский *hardcore-punk* начала 1980-х годов, который отличается ускоренным темпом, агрессивными рифмами, брутальностью и необузданностью. С конца 1960-х годов группы «Velvet Underground», «MC5», «Stooges», «Discharge» демонстрируют жёсткое звучание, зловеющий саунд, бесчинствуют на сцене и культивируют безобразное. Воплощением хардкора или анархо-панка, становятся группы «Dead Kennedys», «D.O.A.», «Big Boys» и «The Offspring». Песни пишутся политизированные, неконформистские и антибуржуазные. Агрессия панков противопоставляется любви, прежде воспетой хиппи, поскольку ненависть к обществу потребления и нормам культуры пронизывает всё. Именно здесь складывается антигламурная идеология *DIY* (Do it yourself) – «сделай сам». Протест обращается против монополий, больших лейблов, мещанства и норм культуры, быть собой – значит преодолеть сложившиеся стереотипы и условности.

Это выражается в создании самими участниками движения как элементов собственного костюма, причёски и макияжа, так и в самиздате фэнзинов.

В Великобритании издаются фэнзины «Alternative Ulster» (Белфаст, 1978–1979), «Guilty of What» (Глазго, 1977–1978) и масса журналов в Лондоне, таких как «Jamming» (1977–1986), «Sniffin'Glue» (1976–1977), «Kill your Pet Puppy» (1979–1984), «Propaganda» (1979–1981), «Chainsaw» (1977–1984), «Blam!» и другие. Такой же самиздат делается в США – это «Boston Rock» (1980–1987), «New York Rocker» (1976–1982), «Scene» (Кливленд, 1970–1983), «Search and Destroy» (Калифорния, 1977–1979), «Touch and Go» (Мичиган, 1979–1983), «Maximum Rock-n-Roll» (Сан-Франциско, 1982–2007), «Mojo Navigator and Rock 'n Roll News» (Калифорния, 1966–1979) и другие. Издания вращаются вокруг различных рок-групп и молодёжных тусовок. Растущая популярность музыкальных групп «Nirvana», «The Offspring», «Green Day Sonic Youth» рождает фэнзины «Punk Planet», «Tail Spins», «Sobriquet», «Profane Existence» и «Slug and Lettuce». Они печатаются на пишущей машинке или пишутся от руки и размножаются фото- или ксерокопированием. На страницах журналов царяется панк-графика из каракулей, заметок, нарочитого уродства, грубости, эскизности и примитива.

Этот графический хаос, соответствующий энергии хардкора, перенимают профессиональные издания, которые выпускаются для фанатов – «Who Put the Bomp» (Калифорния, 1970–1979), «Punk» (Нью-Йорк, 1976–1979), «Slash и Flipside» (Калифорния, 1977–1980), «Trouser Press» (Нью-Йорк, 1974–1984), «Zigzag» (Лондон, 1969–1982) и другие. Однако издаются они типографским способом и, так или иначе, их язык подчиняется правилам типографики. Издания используют комикс, вырезки, грубую прорисовку, преувеличения и искажения. Графический язык *fanzines* отклоняется от правил классической типографики, а порой и полностью им не соответствует, будучи рассчитанным не столько на передачу информации, сколько на вопль, скандал, экспрессивное выражение эмоций, соответствующее энергии рок-музыки. В изданиях привлекают карикатуристов Вон Боуда, Спейна Родригеса, Роберта Крама, Ричарда Гиндона, которые привносят образы пародии и черного юмора [6, с. 185]. В *underground press* используются язык комикса и карикатуры, оскорбительный сленг, коллаж набросков, фотографий орущих гитаристов и обрывочное письмо. В русле печатных фэнзинов начинает развиваться *underground comic*. Содержание комикса выходит далеко за рамки музыки в сферу культурной агрессии, наполняясь истерикой, убийствами и изнасилованиями.

Иллюстраторы Джон Холмстрем, Марк Бейер, Гарри Пинтер, Арт Шпительман, Хенк Эленга создают уродливого персонажа, который гримасами, агрессивным и несуразным поведением шокирует respectable публику [6, с. 209].

Своеобразным ответвлением панк-культуры становятся движение готов и стиль гранж. Группы «The Cure», «Bauhaus», «Southern Death Cult», «Specimen» и другие в духе gothic-rock исполняют депрессивную музыку. Готическая субкультура 1990-х демонстрирует мрачность и культ меланхолии. Однако роль музыки в субкультуре постепенно снижается, ибо растёт интерес к черной магии, оккультизму, сатанизму, эстетике фильмов ужасов и готическим романам. Субкультура отличается пассивным протестом против общественных норм, но подчёркнутым имиджем черных костюмов, плащей и корсетов, сапог и ботинок на платформе, обилием макияжа. Фэнзины выходят в том же духе, что панк-зины, но с обилием черепов, вампиров, зомби и мистической символики. Правда в журналах добавляется новый элемент – чёрный юмор и макабр («Black Leather Times Humor Zine for Goths», «Lividity», «Kickstarter Closing Soon», «Necronomicon Fanzine», «Gore Magazine Zombie Issue», «Lovecraft Zine» и прочие).

Помимо сплошного пародирования и чёрного юмора, на профессиональный язык графических дизайнеров прямое влияние оказывает стиль гранж. Термин grunge появляется в американском фэнзине «Desperate Times», где характеризует музыкальное ответвление hardcore-punk начала 1990-х годов. Как стиль, grunge становится популярным после выхода альбома «Nevermind» группы «Nirvana». Представители гранж – группы «Alice in Chains», «Soundgarden», «Pearl Jam», «Nirvana», «Sonic Youth», «Pixies», «Big Black», «Green Day». Нонконформизм выражается в безразличии к своему облику, поскольку искренность чувств и мыслей считается более важным, чем статусный костюм. В облике молодых людей смешивается несовместимое – длинные волосы, как у хиппи, старая и рваная одежда как у панков, пирсинг, как у готов, этнические фенечки, цепи, армейские ботинки и прочее. Словом, молодые люди напоминают уличных бомжей. В журналах доминирует печать в приглушённой коричнево-зеленой гамме, образы героев помещаются в неряшливом оформлении – состаренный кирпич или дерево, потёртая ткань, ржавый металл и т. п. Особое внимание уделяется грязным или размытым текстурам. Винтаж, небрежность и ретро-стиль, наклейки и обрывочные изображения, кляксы и каракули, трафаретные шрифты характерны для графики гранж.

Важно отметить, что графический язык punk-zines, который оказался хаотичным, экспрессивным и совершенно непригодным для передачи информации, создавал больше шума вокруг рок-музыки, нежели говорил об «открытиях». Такой язык прессы оказался весьма актуальным в условиях развития информационного общества. Потoki рекламы, кодированных текстов, сенсаций, новостей, банальностей обрушиваются на личность во второй половине XX века. Эра электронной революции, экранная культура замещают «галактику Гуттенберга», книгу и интеллектуальное чтение. Соответственно, меняется и газетно-журнальный китч – журналы о моде, музыке и культуре визуализируются, тексты становятся банальными, страницы заполняются рекламными фотографиями и лозунгами. Стремясь привлечь читателя, дизайнеры переносят основное внимание с содержания сообщения на занимательность графического языка, отступая от международного швейцарского стиля. Важно не «что» пишется, а «как» пишется. Анархическая панк-графика фэнзинов оказывает влияние на становление нового языка коммуникации. Формируется новая волна в графическом дизайне, который получает название «швейцарский панк».

Как известно, швейцарский панк возникает в начале 1970-х годов в Базеле и распространяется в Европе и США – Вольфганг Вайнгардт (Базель), Эйприл Грейман (США), Вили Кунц (США), группа «8vo» (Базель) и журнал «Octavo» (Великобритания). В противовес рационализму и функционализму швейцарского стиля, возникшего в Цюрихе, утверждается мобильность форм, проводятся эксперименты в типографике. Сообщения ориентируются на активных группы читателей, а не на людей вообще. Создаётся сложное иллюстративное пространство с нарушением сетки, типографика сочетается с фотографией, рисунком и рекламой, вводятся коллажи образов, наложения знаков и информации. Вольфганг Вайнгардт экспериментирует с межбуквенными интервалами и интерлиньяжем, нарушает принцип сетки. Типографика предстает как инструмент графического дизайна наряду с фото, рисунком, рекламой и упаковкой. Неравномерная разрядка в слове, критически малая отбивка, вялый контраст по типоразмеру шрифта становятся характерными для «швейцарского панка». Эксперименты направлены не на удобочитаемость, а на эффект эпатажа – запоминаемость [4, с. 166].

Цифровая революция обеспечивает рост возможностей новой волны и формирование стиля grunge. Воспринимая идеи Вольфганга Вайнгардта, дизайнер Дэвид Карсон расширяет возможности швейцарского панка, используя цифровые

технологии. Он начинает сотрудничать с музыкальным журналом «Ray Gun» (1992–1995). Журнал, посвящённый альтернативной музыке и образу жизни в стиле гранж, предназначен для выражения турбулентных настроений «поколения X». Не зная правил классической типографики, Дэвид Карсон свободно смешивает текст и иллюстрации, манипулирует со шрифтом, нарушает сетку, и всё это ради выражения, а не информирования. Стиль журнала отличается деконструкцией, искажениями и наслоениями, травматизмом визуальных элементов ради эмоциональных эффектов, соответствующих рок-музыке [9, с. 192]. Занимательный дизайн журнальных страниц призван пробудить воображение в противовес скучному и понятному чтению. Используется человеческая слабость – стремление рассматривать детали в массе наслоений и накладок. Такой стиль – это нарушение всех правил, энтропия и свободная типографика, льющаяся, подобно музыке. Травматизм grunge – это полная противоположность гламуру и глянцевости таких поп-журналов, как «Interview», «i-D», «Dazed & Confused», «Vogue», «Harper's Bazaar».

Преодоление трудностей во время чтения «испорченных» страниц, преувеличенное значение деталей, даже отдельных букв по отношению к смыслу сообщения становятся источниками азарта для фанатов, читающих журнал, который даже называется неопределённо – rAY GUn, RAYGUN, ray gun, Raygun.

Палимпсест, пастиш, игровое начало и занимательность в организации текстов интервью, эссе, заметок, критических статей, рисунков и фотографий приводят к новой постановке задачи проектирования журналов о культуре, музыке и стиле жизни. От анархии самиздатовских панк-зинов до энтропии профессиональных изданий меняются принципы проектирования – от графического дизайна уже не требуется быть понятным, удобочитаемым и эстетичным. Если статья скучна или банальна, тогда дизайн должен быть занимательным, а чтение – затруднительным. Если речь идёт об энергии рок-музыки, дизайн журнала должен быть агрессивным. Поэтому, история панк-зинов заставляет современного дизайнера ещё до начала работы над изданием поставить вопрос – а надо ли статью читать?

ЛИТЕРАТУРА

1. Антология поэзии битников / сост. Г. Андреева. М.: Ультра-Культура, 2004. 784 с.
2. Дистер А. Эпоха Рока. М.: Астрель, 2005. 176 с.
3. Козлов А. Рок: истоки и развитие. М.: Мега-Сервис, 1998. 192 с.
4. Лаптев В. Типографика: Порядок и хаос. М.: Аватар, 2008. 216 с.
5. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. М.: АСТ, 2003. 528 с.
6. Рожнова О. История журнального ди-

зайна. М.: Университетская книга, 2009. 272 с.

7. Хоуген П. Полный путеводитель по музыке «The Doors». URL: http://royallib.com/read/hougen_piter/polniy_putevoditel_po_muzike_The_Doors.html#0.

8. Шаповалов С. Рок-музыка: От контркультуры к культуриндустрии. Ростов н/Д: Наука-Спектр, 2010. 248 с.

9. Heller S., Ilic M. Icons of Graphic Design. London: Thames & Hudson, 2008. 224 p.

REFERENCES

1. Antologija poezii bitnikov [The Anthology of the Beatniks' Poetry]. Compiled by G. Andreev. Moscow: Ul'tra-Kul'tura Press, 2004. 784 p.
2. Dister A. Jepoha Roka [The Rock Era]. Moscow: Astrel', 2005. 176 p.
3. Kozlov A. Rok: istoki i razvitie [Rock: the Origins and Development]. Moscow: Mega-Servis Press, 1998. 192 p.
4. Laptev V. Tipografika: Porjadok i haos [Typography: Order and Chaos]. Moscow: Avatar Press, 2008. 216 p.
5. Markuze G. Jeros i civilizacija [Eros and Civilization]. Moscow: AST Press, 2003. 528 p.
6. Rozhnova O. Istorija zhurnal'nogo dizajna

[The History of Magazine De-sign]. Moscow: Universitetskaja kniga Press, 2009. 272 p.

7. Hougen P. Polnyj putevoditel' po muzyke «The Doors» [The Complete Guide to the Music by «The Doors»]. URL: http://royallib.com/read/hougen_piter/polniy_putevoditel_po_muzike_The_Doors.html#0.

8. Shapovalov S. Rok-muzyka: Ot kontrkul'tury k kul'turindustrii [Rock Music: from Counter-culture to Culture Industry]. Rostov-on-Don: Nauka-Spektr Press, 2010. 248 p.

9. Heller S., Ilic M. Icons of Graphic Design. London: Thames & Hudson, 2008. 224 p.

МУЗЫКАЛЬНЫЕ ФЭНЗИНЫ И ПАНК-ГРАФИКА

В статье представлен анализ графического языка музыкальных журналов – фэнзинов, выпускаемых фанатами рок-музыки и представителями контркультуры. Выражение протеста против буржуазного практицизма, бюрократии и ханжеской морали, которое несут в себе молодёжные субкультуры, а также общение с культовыми музыкантами, музыкальные события и критические взгляды на рок-концерты – всё это реализуется фэнзинами. Последние выпускаются как самими фанатами, так и профессиональными издательствами для фанатов, выступая в качестве явления культуры андеграунда. Воплощая энергию рока и бунт контркультуры, упомянутые журналы используют новый художественный язык – психоделический стиль, панк-графику,

карикатуру и подпольный комикс. Этот газетно-журнальный китч становится основой нового графического языка – швейцарского панка и стиля гранж. Смысл подобного языка не в том, чтобы передавать информацию, а в том, чтобы выразить жест, экспрессию, вопль, протест. В ситуации информационного общества возникает проблема коммуникации – насколько необходима ясность и удобочитаемость, если статья банальна или чрезмерно эмоциональна? От этого зависит стратегия вновь создаваемых журналов по музыке, культуре и моде – с использованием швейцарского международного стиля или швейцарского панка.

Ключевые слова: пресса андеграунда, фэнзины, психоделика, панк-графика, стиль гранж.

MUSIC FANZINES AND PUNK-GRAPHIC

The article gives the analysis of the graphic language in music magazines, or fanzines produced by fans of rock music and counterculture. The manifestation of protest (against the bourgeois practicality, bureaucracy and the hypocritical morality) which youth subcultures are in themselves, as well as communication with the iconic musicians, musical events, and critical views on rock concerts – all this is done by fanzines, the underground press. Such magazines are published by both fans and professional publishers for fans, being as a phenomenon of underground culture. Embodying the energy of rock and rebellion of the counterculture, such magazines use a new artistic language – psychodely style,

punk graphics, cartoon and underground comic. This magazine kitsch becomes the basis for a new graphical language, a new wave – Swiss punk and grunge. The meaning of this visual language is not to transmit information, but to convey the gesture, expression, outcry and protest. In the situation of the information society there is a problem of communication: how necessary is clarity and readability, if the article is banal or overly emotional? It depends on the strategy of newly-founded magazines on music, culture and fashion – with using the Swiss international style or Swiss punk.

Key words: underground press, fanzines, psychodely style, punk rock, punk graphic, grunge style.

Пигулевский Виктор Олегович
доктор философских наук, профессор
Южно-Российский гуманитарный институт
Россия, 344082, Ростов-на-Дону
e-mail: lymirskaya@yandex.ru

Pigulevskiy Victor O.
Doctor of Philosophical Sciences, Professor
Southern Russian Humanities Institute
Russia, 344082, Rostov-on-Don
e-mail: lymirskaya@yandex.ru

