

В. О. ПИГУЛЕВСКИЙ

Ростовская государственная консерватория им. С. В. Рахманинова

ДЖАЗ: АСПЕКТЫ ГРАФИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ

Дизайн музыкальных альбомов и плакатов наделяется маркетинговой и эстетической функциями. Вот почему исторически складывается специфика дифференцированного оформления указанных проектов, принадлежащих сферам академической музыки, рока и джаза. Осмысление важнейших особенностей графической репрезентации джаза – цель данной статьи. Основным методом проектирования обложек для альбомов и плакатов в сфере академической музыки является международный швейцарский стиль, взаимодействующий с черно-белым гламуром и приобретающий возвышенно-интеллектуальный характер. Оформление конвертов для винила и афиш рок-музыки осуществляется посредством сопряжения психоделических технологий и панк-графики, что придает указанным проектам социально агрессивный, гротескный облик.

Известными дизайнерами обложек для джазового винила являются Алекс Стейнвейс, Рид Майлз, Джим Флора, Нил Фудзита, Дэвид Стоун Мартин, Берт Голдблатт, Кевин Рейган, Пол Бэкон, Том Ханнан. При этом оформление соответствующих проектов изначально обуславливается вариативными сочетаниями графического экспериментализма, художественного фотопортрета и различных элементов типографики (1939–1957). Во второй половине XX века привлекают внимание плакаты и афиши к джазовым фестивалям в Монтре и Виллисау. Особенности визуального оформления джазовых записей, концертов и фестивалей становятся импровизационность, полиритмическая структура и экспериментальная типографика, обусловленная воздействиями различных художественных стилей. Проекты конвертов музыкальных альбомов и афиш фестивалей подразумевают и определенную семантику, связанную с духовыми, струнными и клавишными инструментами, обыгрыванием термина *jazz*, танцевальными аллюзиями, тематической направленностью конкретного фестиваля, названием альбома или концерта, а также с художественным фотопортретом исполнителя. Интимно-психологическая интенция, игровая направленность, присущие указанным проектам, оттеняются каламбурами, пластическими метафорами и юмористическими мотивами, привлекающими слушателя.

Ключевые слова: визуальное оформление музыкальных проектов, джазовое искусство, обложка аудиоальбома, концертный плакат, импровизационность.

Для цитирования: Пигулевский В. О. Джаз: аспекты графической репрезентации // Южно-Российский музыкальный альманах. 2025. № 2. С. 104–113.

DOI: 10.52469/20764766_2025_02_104

V. PIGULEVSKIY

S. Rachmaninov Rostov State Conservatory

JAZZ: ASPECTS OF GRAPHIC REPRESENTATION

The design of music albums and posters is endowed with marketing and aesthetic functions. That is why the specificity of differentiated design of the said projects, belonging to the spheres of academic music, rock and jazz, has historically developed. Understanding the most important features of the graphic representation of jazz is the purpose of this article. The main method of designing covers for albums and posters in the sphere of academic music is the international Swiss style, interacting with black and white glamour and acquiring a sublime intellectual character. The design of vinyl envelopes and rock music posters is carried out by combining psychedelic technologies and punk graphics, which gives the said projects a socially aggressive, grotesque appearance. Famous designers of jazz vinyl covers include Alex Steinweiss, Reed Miles, Jim Flora, Neil Fujita, David Stone Martin, Burt Goldblatt, Kevin Reagan, Paul Bacon, Tom Hannan. The design of appropriate projects was initially determined by variable combinations of graphic experimentalism, artistic photo portrait and various typographic

elements (1939–1957). In the second half of the 20th century, posters and playbills for jazz festivals in Montreux and Willisau attracted attention. The features of the visual design of jazz records, concerts and festivals are improvising tendency, polyrhythmic structure and experimental typographics, determined by the influence of various artistic styles. The projects of the covers of music albums and festival posters also imply certain semantics connected with wind, string and keyboard instruments, playing with the term jazz, dance allusions, the thematic focus of a specific festival, the name of an album or concert, as well as with an artistic photo portrait of the performer. The intimate and psychological intention, and the playful focus inherent in the specified projects are shaded by puns, plastic metaphors and humorous motives that attract the listener.

Keywords: visual design of music projects, art of jazz, audio album cover, concert poster, improvisation.

For citation: Pigulevskiy V. Jazz: aspects of graphic representation. In: South-Russian Musical Anthology. 2025. No. 2. Pp. 104–113.

DOI: 10.52469/20764766_2025_02_104



Я опираюсь больше на спонтанность, чем на
логику...

Я открыл для себя значимость чистой, яркой
графики...

Я люблю джазовую импровизацию.
Никлаус Трокслер

Джаз смывает пыль повседневной жизни.
Арт Блейки

Вопрос о специфике визуально-графического продвижения музыки возникает в середине XX века, что мотивируется необходимостью рекламы виниловых пластинок, которые изначально выпускались в однообразных конвертах с лейблами фирм-производителей. Как известно, первая джазовая грампластинка была записана в нью-йоркской студии Victor новоорлеанской группой Original Dixieland Jazz Band (1917). Появление звукозаписывающей техники (фонографов и граммофонов), а также деятельность радиостанций способствовали популяризации джаза, его «выходу» за пределы Нового Орлеана, возможности запечатления импровизируемых пьес для последующих поколений и развитию композиторского творчества [1, с. 43]. В конце 1930-х годов записи джаза осуществлялись компаниями Victor, Decca, Columbia, а также небольшими фирмами Commodore и Blue Note. Инициатором визуализации тогдашних виниловых обложек в 1939 году выступил Алекс Стейнвейс, сотрудник компании Columbia Records, полагая необходимым, чтобы «люди могли смотреть на эту работу и слышать музыку» [2, р. 6]. Он создал ряд виниловых обложек для таких лейблов, как Columbia, Decca, London и Everest. Дизайн обложек оказался чрезвычайно удачным маркетинговым ходом, позволившим на порядок увеличить продажи виниловых пластинок. Новый формат визуального дизайна вошел в историю как «обложка альбома» (*album cover*) или «конверт для

грампластинки» (*record sleeve*) с «привлекательным дизайном» (*eye-grabbing design*).

Оформление альбомов, которое уподобляется микроплакатам, дополняется афишами и постерами к джазовым концертам и фестивалям, призванными заинтриговать слушателя. Существует ли специфика графического оформления джазовой музыки по сравнению с академической и рок-музыкой? Ответ на этот вопрос – цель данной статьи.

Изучая собрания графических проектов репрезентации музыкального искусства, мы обнаруживаем большой арсенал обложек для винила, плакатов для концертов и музыкальных фестивалей. Прослеживается стремление выявить общие черты стиля музыкальных обложек [3, с. 242–247] и, более того, представить обзорную характеристику музыкального дизайна – упаковки, постеров и символики [4]. В некоторых публикациях освещаются специализированные визуально-графические проекты, содействующие продвижению джаза [5]. Особое внимание уделяется обложкам виниловых пластинок джазовой музыки [6] и плакатам джазовых фестивалей [7]. Наряду с этим, присутствует осязаемый интерес к аналогичным проектам в области рок-музыки [8]. Эти подборки графических материалов весьма интересны. Однако специфику оформления джазовой музыки можно выявить, лишь используя сравнительный метод.

Две тенденции графического дизайна. Предваряя оценку визуальной коммуникации, связанной с джазом, следует сопоставить аналогичное оформление академической и рок-музыки. Разумеется, исторически здесь наблюдается видимая асинхронность. Повышенная сложность музыкальной формы и гармонической организации, использование полифонических приемов, необходимость участия многочисленных и разнообразных инструментов – например, для исполнения симфонических произведений – пре-

пятствуют визуализации академической музыки. С этой целью не могут быть использованы семантика общеизвестного инструментария, имитация какой-либо распространенной композиционной техники или метафорическое толкование определенного жанра – симфонии, оратории и т. д. Вместе с тем, публика, предпочитающая классику, отличается аристократизмом и весьма изощренным художественным вкусом. С высоким уровнем сложности этой музыки и культурным элитизмом ассоциируется нечто торжественное и монументальное, феерическое и роскошное, предельно изысканное и утонченное, а потому возможности проектирования в данной сфере обуславливаются изначальной ориентацией на эстетику возвышенного.

В 1950–1960-х годах в Европе утверждается международный швейцарский стиль типографики, применяемый для проектирования афиш и плакатов классической музыки. Если в Америке до конца 1960-х доминирует иллюстративный стиль, то в Европе, начиная с 1920-х годов, применяется монтаж текста и фотографии, баланс *copy & visual* становится особенностью графического дизайна. Швейцарский стиль, с использованием фотомонтажа, наглядной образной формы (нем. *Gestalt*), модульной сетки, композиционной асимметрии и шрифтов «гротеск», позволяет добиться объективности и практичности сообщения. Ясная типографика и лаконизм абстрактных геометрических фигур становятся важнейшими характеристиками разработок музыкальных плакатов, созданных Йозефом Мюллером-Брокманом. Плакаты, выполненные им для концертов классической музыки «Beethoven» (1955), «Musica viva» (1956, 1958, 1970), на языке конструктивизма посредством визуального ритма, безукоризненно выстроенной композиции, знаковой иерархии передают сообщение о строгости и безупречности классической музыки [9, с. 42–44]. Дизайнер использует черно-белую гамму, хотя в других музыкальных плакатах для концертов допускает применение определенного локального цвета. Формируется некая традиция использования черно-белой фотографии для выражения модного и шикарного образа жизни, начиная с работ Алекса Бродовича в журнале *Harper's Bazaar* (1934–1958), а также благодаря его рекламам для компании Steinway. Черный цвет, подчеркнутый глянцевой поверхностью, становится культурным стереотипом, обозначающим превосходные, исключительные вещи, такие как черный фрак, черный или белый рояль, черный автомобиль класса premium, упаковку ювелирных украшений и др. Черный цвет – наиболее популярный для маркетинга товаров класса люкс. Выраженный посредством швейцарского стиля, черно-белый

гламур является иконой рекламы академической музыки. Это не подразумевает исключения других цветов, но в контексте данной тенденции соответствующая гамма ограничена. Традицию продолжают проекты Армина Хофманна для музыкального театра «Giselle» (1959), Бруно Монгуцци «Chiasso Musica» (2004), серия концертных плакатов Розмари Тисси «Serenaden» (1992–1999). Возникновение «новой волны» в графическом дизайне становится реакцией на строгие правила швейцарского стиля. Так, Вольфганг Вайнгард, стремясь преодолеть монотонность классической типографики, использует композиционные аномалии, экспериментирует с разрядками в словах, насыщенностью, интерлиньяжем, создавая интригующие сочетания несовместимого [9, с. 74]. При этом индивидуальные эксперименты со шрифтами, визуальной динамикой создаваемых композиций, смешения жанров и стилей ради усиления экспрессии не сказываются на главном принципе проектирования музыкальных плакатов. К примеру, плакат Дэна Фридмана для Йельского симфонического оркестра (1973) использует черную литеру «B» в качестве фона для разбросанных объявлений об исполняемой музыке: Beethoven, Brahms, Bruckner. Желание дизайнера придать композиции красочность и воздушность, запечатлевая причудливыми линиями играющий оркестр, является оригинальным решением, однако утрачивает подобающую возвышенность в плакате студии Henderson Bromstead («Winston-Salem Symphony», 2000). Развитие компьютерной графики открывает ряд возможностей для *motion design*. К примеру, на электронном экране разворачивается видеофильм от студии Dumbbar с наплывающим логотипом (намек на Миланский собор), образами дирижера и оркестра, как это происходит в ролике Landor & Fitch для Миланского симфонического оркестра («Milano Orchestra Sinfonica», 2023).

Другая тенденция складывается в проектировании плакатов и конвертов пластинок для рок-музыки. Специфическое использование электромузыкальных инструментов и широкое распространение гитары Fender Stratocaster не обладают достаточной значимостью для визуального указания на соответствующую сферу искусства. Важнейшими характеристиками здесь становятся воспроизведение культовых фигур исполнителей, фотографии которых тиражируются масс-медиа, экстравагантные костюмы (как у Дэвида Боуи, Фредди Меркьюри, Мэрилина Мэнсона), а также специфические облачения, характерные для отдельных стилей. Таковы, например, брутальная одежда и аксессуары исполнителей хард-рока (Led Zeppelin, Black Sabbath, Deep Purple), хэви-метал (Bloodrock, Dust, Buffalo,

The Amboy Dukes, Iggy Pop & James Williamson), глэм-рока (Mötley Crüe, Twisted Sister, Kiss), панк-рок-групп (The Clash, Sex Pistols) и др. Особое внимание привлекают эффектные и скандальные сцены, вроде прыжков Игги Попа в толпу или разбивания гитары на концерте рок-группы The Clash (1979). Культовые фигуры музыкантов, с их шокирующими выходками и странными нарядами, становятся отдельным трендом фэшн-фотографий, символически выражающим роковую специфику.

Рок-музыка, громко исполняемая по преимуществу на электрогитарах в сопровождении монотонного барабанного ритма, структурируемая риффами бас-гитары и пульсацией ударных, характеризуется мощной захватывающей энергетикой (*drive and distortion*), что создает психоделический эффект. Однако подобный ритм весьма однообразно выглядит в графическом исполнении, а потому не может рассматриваться в качестве специфического средства для визуальной репрезентации рока. Исходя из этого, дизайн-студией Hipgnosis создаются отвлеченные концептуальные иллюстрации для групп Pink Floyd и Led Zeppelin [см.: 10; 11].

Возникая в недрах контркультурных течений, рок-музыка изначально аккумулирует энергию протеста, взрыва и скандала, что выражается лозунгами «Sex, drugs and rock-n-roll», «Make love, not war!», «Off The Pig!», «Flower Power». В конце 1960-х годов складывается психоделический стиль, являющийся способом освобождения личности от пут ханжества, корысти, лжи и потребительского социума. Этот своеобразный эскейпизм предполагает свободу как расширение сознания за счет галлюциногенов, стирающих границы между Я и Другими, между фантазией и реальностью. *Acid rock* характеризуется конвертами для винила и плакатами мерцающих, неоновых цветов, экзотическими рисунками, взятыми из старых журналов. Графика, способная вызвать «безумный и кислотный» эффект *day-glo*, – это работы Виктора Москосо, Стэнли Мауса, Уэса Уилсона, Рика Гриффина, Майкла Инглиша и Найджела Уэймута, Мати Кларвейна, Ли Конклина. Новая волна графического оформления рок-музыки выражает протест против устоев буржуазного общества, ибо лозунг панков «No Future» показывает отсутствие социальных перспектив. Указанное оформление представлено фэнзинами, андеграунд – комиксами и панк-графикой, к числу ее мастеров принадлежат Джимми Рид, Джон Холмстрем, Гэри Пэнтер, Арт Чантри. Здесь используются язык карикатуры, оскорбительный сленг и коллаж набросков, фотографий и лозунгов. Как психоделия, так и панк-графика выражают агрессив-

ную социальную направленность рок-музыки, в чем и заключается специфика ее визуализации. Молодежным субкультурам – хиппи, панкам, металлистам, готам, инди и пр., неразрывно связанным с рок-музыкой, – свойственна агрессивная графическая идентификация. Такие дизайнеры, как Антон Корбейн, Мати Кларвейн, Воган Оливер, Питер Севилл, Джулиан Хаус, создают специфические обложки и плакаты для рок-музыки. Обложки Барни Баббла (Колина Фулчера), в которых сплетаются мотивы психоделии и панк-графики, становятся типичными для конца XX века [12; 13]. Барни с чувством юмора манипулирует оптикой, семантикой слов и графических элементов. Дизайнер проектирует обложки с причудливыми логотипами (The Blockhland, Stiff, F-Beat), визуальными играми, диаграммами и головоломками, намеренно интригует зрителя, предвкушающего радость восприятия рок-музыки. Показательные примеры – Hawkwind («В поисках свободного пространства», 1971), Иэн Дьюри («Новые ботинки и трусики», 1977; «Сделай сам», 1979), Роджер Чепмен («Mango Crazy», 1983), альбомы Элвиса Костелло, начиная с обложки «Стань счастливым!» (1980, содержит изображение колец) или цитирования графических стилей Кенни Баррелла и Рида Майлза (для песни «Почти синий», 1981), заканчивая имитацией кубизма на обложке альбома «Императорская спальня» (1982).

Культурный элитизм академической сферы и провокативность рок-музыки визуально репрезентируются диаметрально противоположными особенностями графического оформления – черно-белым гламуром либо каракулями в сочетании с истерическими фотографиями культовых музыкантов. Третье направление визуальной репрезентации утверждается благодаря джазу.

Третья тенденция в дизайне. Исторически визуальное оформление джазовой музыки предшествует швейцарскому стилю и психоделии, однако соответствующая специфика выявляется также в 1960-х годах. В аспекте визуализации джаз трактуется расширительно, охватывая разнообразные стили, представленные на фестивалях и концертных площадках, от регтайма и блюза до модального джаза и фьюжн, а также танцевальные формы движения вроде *roll*, *twist*, *swing* и др. Подтверждением сказанному являются различные тематические сборники обложек и постеров [14].

Третье направление отличается особой интимно-психологической направленностью музыки, нередко выражаемой в *танцующем* облике исполнителя и слушателя. Свинг как раскачивание и драйв как жизненный порыв реализуются в танце. Отметим, к примеру, набросок танцу-

ющих ног на конверте, выполненный Дэвидом Стоуном Мартином («Swinging with Flip: Flip Phillips and his Orchestra», 1956). В книге декупажей Анри Матисса «Джаз» (1947) ассоциации с танцевальной музыкой визуально передаются изломанными фигурами. Тай Уилсон создает серию плакатов «Jazz» (1992) с характерными танцевальными па (среди них – боп, линди-хоп, джиттербаг, кекуок, мамбо, румба, самба, ватусси, чарльстон, фокстрот). Визуализация джаза посредством танца изредка воплощается в эффектной фотографии музыканта, которая становится основой для плакатных интерпретаций. Таков, в частности, фотопортрет Майлза Дэвиса, запечатленный Дэвидом Гаром (1970). Подобный эффект, связанный с фотографией танцующих ног, использует Яцек Станишевский в афише для кинофильма Боба Фосса «Весь этот джаз: 1979» (2000).

Интимно-психологические особенности джаза предопределяют и особый подход к нему в области рекламной фотографии. В отличие от позднейших истерических образов исполнителей рок-музыки, фотопортреты джазовых музыкантов сочетают телесную экспрессию исполнителя с видимой сдержанностью и интеллектуализмом. Таковы образы Луи Армстронга, Джимми Арчи, Эрла Хайнса, воссозданные Деннисом Стоком (1957–1960); фотографии Гранта Грина, Теда Джонса, Дона Черри, Джона Колтрейна, Ли Моргана, Телониуса Монка, Майлза Дэвиса, Чарли Паркера, Луи Армстронга, выполненные Фрэнсисом Вольфом (1939–1967); фотоснимки Бадди Рича, Клиффорда Брауна, Сары Воан, Эллы Фицджеральд, Фэтса Наварро, Дюка Эллингтона, Чарли Паркера, Билли Холидей, запечатленных Германом Леонардом (1948–1956), и др.

В процессе формирования и развития джаза закрепляются инструментальный состав и принципы функционирования в игре: мелодико-гармоническая группа – корнет или труба, кларнет и тромбон; гармонически-ритмическая группа – банджо, туба или контрабас, фортепиано; ритмическая группа – ударные [1, с. 28]. Поскольку джазовая музыка может быть репрезентирована при участии духовых, струнных и ударных инструментов, то семантика трубы, кларнета, саксофона, контрабаса и клавиш фортепиано становится визуальным маркером соответствующих альбомов (Дэвид Стоун Мартин «Головокружение и струны», 1955; «Пресса и сладости: Лестер Янг, Гарри Эдисон»). Труба и корнет изначально служили ведущими инструментами джаза. Однако с конца 1940-х годов ведущим инструментом свинговых биг-бэндов становится саксофон, звучание которого больше напоминает чело-

веческий голос [Там же, с. 351]. С этим связано пристальное внимание, уделяемое выдающимся саксофонистам: Коулмену Хокинсу, Лестеру Янгу, Чарли Паркеру, Орнетту Коулмену, Джону Колтрейну.

Само слово *jazz* в латинском написании содержит ритмический элемент «ZZ», который, вкупе с художественным обозначением инструментов, позволяет создавать выразительные постеры, обложки и иллюстрации. Наглядный тому пример – плакаты «JAZZ. Джазовый фестиваль у Северного моря» (Нилеке ван Ломвель, 2017). Широко распространены плакаты, обыгрывающие семантику инструментов, – это «Jaz Jamboree 68» Бронислава Зелека (1968), серия «Atelier Martino & Jaña для Guimarães Jazz Edition» (2012), «Фестиваль джаза в Монтре» Джузеппе Пино (1967), «Jazz Ed & Confused» Антона Бурмистрова (2013), «Джазовый фестиваль в Виллисау» Никлауса Троклера (1979), «Фестиваль джаза в Монтре» Теда Скапы (2003) и др.

Известны характерные черты джаза, которые могут быть визуально моделированы по аналогии: сложные аккорды, использование блюзовых («синих») нот¹, импровизация, полиритмия, синкопированные ритмы. Поскольку джазовые гармонии отличаются сложностью, требуют импровизации, постольку открывается широкое поле возможностей для графических экспериментов и перекрестных ритмов. В плакатах для джазовых концертов четкость и порядок уступают место взаимным наложениям элементов, коллажам, спутанным текстам, порой – сумбурному представлению информации, рассчитанному на знатока, для которого подобная усложненность привычна и привлекательна.

Порой синий цвет фигурировал как намек на меланхолию, вызываемую определенными нотами блюзовых композиций: «Блюз – это музыка чувств, слезы сердца на струнах души... Блюз – это грустные воспоминания, после которых становится хорошо... Блюз обволакивает и уносит с собой...» (Л. Хьюз) [16, с. 74]. Использование «синих нот» в блюзе и джазе благоприятствовало активному применению голубого цвета в дизайне обложек виниловых пластинок: «Красное в синем» (Эсмонд Эдвардс, 1958), «Джон Колтрейн. Голубой поезд» (1958) и «Полуночный синий» (1963) Рида Майлза, «Дикси от Дорси» (Джим Флора, 1949), «Элвис Костелло и аттракционы. Почти синий» (Барни Бабблз, 1981), «Джаз, блюз на сцене, Театр дю Шатле» (Руди Майер, 2004), «Jazzdor Берлин» (студия Helmo, 2018).

Исторически оформление джазовых обложек для винила восходит к 1940–1950-м годам (США). На протяжении 1960–1970-х протяженная «рок-волна» и вращение больших денег во-

крут нее способствуют преимущественному сосредоточению дизайнерских интересов в сфере концертных плакатов и обложек для грампластинок рок-музыки. При этом джаз в целом остается на периферии внимания. Однако в конце XX века, благодаря активному развитию джазовых фестивалей, возникает особый интерес к соответствующим концертным плакатам.

Ранние конверты для винила служат форматом самовыражения, когда в индивидуальной манере данного художника воплощается тема джазовой музыки. Алекс Стейнвейс, а также иллюстратор Джим Флора создают массу обложек для лейблов Columbia, Decca, London и Everest. Обложка джазового альбома призвана стимулировать любопытство потребителя и тем самым увеличить продажи [2]. Отсюда у Алекса Стейнвейса проистекает стремление к оригинальным рисункам и композициям, способным развлечь, удивить, затронуть сердце поклонника джаза. Обложка как предмет чувственного созерцания становится как бы вступлением к прослушиванию музыки. Яркие обложки Стейнвейса характеризуются преобладанием рукописных надписей, четких центральных изображений и яркого колорита: «Музыка Коула Портера», «Андре Костеланец и его оркестр» (1948), «Вуди Вуди» (1958), «Музыка Гершвина» (1945), «Гершвин в звучании духовых инструментов» (1947) и др. В ряде обложек ощущается влияние *art deco*: «Рапсодия в голубом» (1941), «Джон Кирби и его оркестр» (1941), «Эл Хирт со всеми своими звездами в Новом Орлеане» (1957). Игривая манера импровизаций Джима Флоры складывается под влиянием модернизма Хуана Миро, Пауля Клее и Пабло Пикассо, сплавляемого с джазовой чувственностью. Вибрирующая энергия джаза передается у Джима Флоры при помощи угловатых, наивных образов мультяшных персонажей с чувством юмора – «Бикс и Трам: Классика горячего джаза» (1947), «Рождественская песня» (1955), «Коротышка Роджерс и Андре Превин» (1955), «Сотер-Финнеган вновь посетили Бикс и Трам» (1961) и др. Рисунки, передающие эффект раскачивания, радость, легкий эскейпизм, желание «вызвать немного волнения», что перекликается с бибопом и свингом, были сделаны для обложек к записям Columbia и RCA Victor. Широко распространенной становится пластинка с изображением танцующих кошек («Мамбо для кошек», 1955). Джиму Флоре также принадлежит образ летящего Луи Армстронга – конверт «Пятая горячая песня Луи Армстронга» (1947). В индивидуальной манере, используя технику рисования тушью с подкрашиванием рисунков пастельными тонами, создает обложки Дэвид Стоун Мартин для лейблов Norman Granz, Clef,

Norgran и Verve. Его небрежные линии, выполненные тушью, передают нервное напряжение джаза, – конверты «Квинтет Лайонела Гамильтона» (1955), «Свинг с Дикси» (1956) и др. Обложки Джима Флоры и Дэвида Стоуна Мартина порой вызывают улыбку. Отмечены юмором, проскальзывающим в карикатурных рисунках, и альбомы, оформленные Робертом Гуиди: «Диззи Гиллеспы в Париже» (1955), «Всем нравится Хэмптон Хоуз» (1956), «Больше свинговых звуков» (1956), «Секстет Ленни Нихауза» (1956). В этом плане особенно показателен причудливый дизайн обложек Джима Флоры «Оркестр Сотера-Финнегана» (1954), «Это Бенни Гудмен и его оркестр» (1955), Дэвида Стоуна Мартина «Чарли Паркер со струнными» (1950), Дэвида Х. Янга «Квинтет Арта Фармера с участием Сонни Роллинза» (1964), Сэма Норкина «Кэб Кэллоуэй» (1956) и др. Юмор – это прекрасный инструмент на все времена, способствующий формированию симпатий зрителя-слушателя, и хорошее дополнение к джазовой музыке.

В отличие от рисунка – средства иллюстрации, акцент на типографике с применением фотоизображений при создании макетов джазовых конвертов свойственен Тому Ханнану в Columbia и Риду Майлзу под лейблами Prestige и Blue Note (1955–1967). Разрабатывая макеты для обложек грампластинок Сонни Роллинза, Майлза Дэвиса, Телониуса Монка, Рид Майлз использует «внесценические» фотографии исполнителей, выполненные Фрэнсисом Вольфом, – обрезает, масштабирует, обыгрывает текстами. Его работы близки типографике швейцарского стиля. В ряде обложек центральную роль играет фотография как психологический портрет – задумчивый Джон Колтрейн («Синий поезд», 1959), расслабленная фигура Джо Хендерсона («Страница первая», 1963), мечтающий Сонни Роллинз («BN LP 1542», 1956), внимающий Декстер Гордон («Наш человек в Париже», 1963), Джимми Смит, жизнерадостно указующий перстом («За органом», 1956) или вскочивший на подножку вагона («Midnight Special», 1960), и др. Другой подход – создание пластических метафор и визуальных каламбуров, связанных с темой музыкального альбома: Дональд Берд («Новая перспектива», 1963), Хэнк Мобли («Нет места квадратам», 1964), Стенли Террентайн («Увеселительная прогулка», 1965), Ларри Янг («Into Somethin'», 1965). Музыкальная тема может быть визуально обыграна кричащей типографикой, образной надписью, пляшущими или деформированными буквами – Джо Хендерсон («Вход и выход», 1964), Ли Морган («Охотник за слухами», 1965), «МОНК: Телониус Монк с Сонни Роллинзом и Фрэнком Фостером» (1956), Кенни Дорэм («Токката для тромбона», 1965). Одна из

характерных черт джаза заключается в независимости мелодии от граунд-бита; показательный пример – фрагментарная исполнительская манера свинга, с присущей ему особой системой акцентирования [17, с. 14–15]. Указанная черта воплощается в макетах, которые используют абстрактные графические элементы и обыгрывают текст, имитируя такое построение композиции, когда монотонный ритм названных элементов (или букв) прерывается случайными фрагментами, порой с врезанной фотографией исполнителя: Фредди Хаббард («Hub-Tones», 1962), Джеки Маклин («Пусть звенит свобода», 1962; «Пора!», 1964), Хорас Парлан («Speakin' My Piece» и «Нас трое», 1960), «Ютта Хипп и Зут Симс» (1957), Дон Уилкерсон («Кричащий!», 1963).

Примерно с 1957 года возникает конкуренция джазового оформления с визуальными характеристиками рок-н-ролла и поп-культуры. В условиях конкуренции дистрибьютеры полагают, что для роста продаж джазовых записей недостаточно имиджа музыканта и оригинальной графики – следует на обложках размещать *pin up girls*. Распространение рок-музыки, начиная с 1960-х годов, приводит к перетеканию в эту сферу финансового капитала, инвестируемого в создание плакатов, конвертов для винила и концертных флаеров. Джазовым обложкам уделяется гораздо меньше внимания, а манера их оформления оказывается подверженной влиянию «больших» стилей, которые отнюдь не специфичны для собственно джаза, однако впоследствии оставляют определенный след в графике третьего направления. Так, в духе психоделии оформляются обложки, связанные со стилем фьюжн и снабженные отсылками к контркультуре: Мати Кларвейн (Майлз Дэвис, «Сучье варево», 1969; «Жизнь – Зло», 1971; Джон Хассел, «Остров землетрясения», 1978), Роберт и Барбара Флинн (Арчи Шепп, «Путь вперед», 1968), Рослав Шайбо (фото Ирвина Пенна – плакат к концерту Майлза Дэвиса, 1989). Явное влияние поп-графики прослеживается в плакатах Милтона Глейзера к 10-му и 11-му фестивалям джаза в Монтре (1976, 1977), Крейга Фрейзера («Джазовый фестиваль в Филморе», 2015), серии плакатов Эдуардо Паолоцци «Джазовый фестиваль в Сохо» (1987–2001) и др. Отметим и влияния международного швейцарского стиля: Сол Басс (фото Сэма Ливитта – Дюк Эллингтон, «Анатомия убийства», 1959), Эрик Вандергем («Фестиваль в Монтре», 1969), Люк Сирило («Джазовый фестиваль в Нью Йорке», 2013). Наконец, обнаруживаются прямые влияния сюрреализма на польскую школу плаката: в этом плане весьма показательны плакаты Бронислава Зелека (1968), Эдварда Еджейковски (1975), Рафа-ла Олбински (1981), Рослава Шайбо (1989), Вой-

цеха Коркуца (1998), посвященные фестивалю «Джазовая вечеринка» в Варшаве. Иногда появляются композиции кругов и слов, обыгрывающих законы гештальт-психологии, что демонстрируют плакаты студии Helmo для фестиваля «Jazzdor Strasbourg–Berlin» (2018) или Никлауса Трокслера для фестиваля в Виллисау (2005). Это разнообразие веяний, никак не связанных с джазом, представлено в динамичных композициях джазовых плакатов, уподобляясь аранжировкам к пританцовывающим фигурам музыкантов, изображениям специфических инструментов, комментариям к тематике отдельных концертов и фестивалей.

С 1970-х годов складывается фьюжн как сплав рока, соула, фанка с упором на импровизацию, обыгрывание стандартов, тенденций экспериментального джаза; параллельно формируется новая волна в графическом дизайне, которая к середине десятилетия дополняется панк-графикой. Это поле экспериментов способствует расширению импровизационных горизонтов визуального дизайна, что прослеживается в плакатах к джазовым фестивалям, концертам и в рекламе исполнителей. Джазовая музыка является стимулом для дизайнерских экспериментальных проектов, графических инноваций, развития фото- и типографики.

Среди множества джазовых фестивалей, особое внимание плакату уделяется в Монтре и Виллисау. Для создания афиш фестиваля в Монтре (1967–2025) привлекаются такие графики, как Милтон Глейзер, Шигео Фукуда, Макс Билл, Кит Харинг, Энди Уорхол и др. Постеры фестиваля Виллисау (1975–2025) создаются Никлаусом Трокслером. Охват весьма длительного периода, а также различных джазовых стилей, представляемых на указанных фестивалях, позволяет выявить специфику репрезентации джаза в целом. Следует обратить внимание на фигуративные (предметные) плакаты с изображениями пританцовывающих, извивающихся фигурок играющих музыкантов (Кит Харинг, 1983; Никлаус Трокслер, 1991, 1992; Оскар Ойва, 2013; Ариадна Сис, 2021; Малика Фавр, 2017), пляшущих котиков или слоников с саксофонами (Томми Унгерер, 1993; Джеймс Рицци, 1997; Рольф Кни, 1996), гиперболических образов – например, бегущего контрабаса (Тед Скапа). Эти юмористические метафоры служат триггером привлекательности. Плакат Эрика Вандергема – обнаженная, держащая за спиной трубу, – намекает на эротические соблазны джазовой музыки. Предметный плакат фестиваля может быть также тематизирован с учетом названия, к примеру, «Тихие берега» (Зер, 2005; Йоанн Лемуан, 2020; Матиас Винклер, 2020), где музыка ассоциируется с игрой волн

(Гийом Грандо, 2023). Поп-графика Милтона Глейзера ассоциируется с отдыхом и наслаждением (1976, 1977). Наконец, сюрреалистический гротеск у Никлауса Трокслера: голова, перерастающая в ухо, а затем – в саксофон (1975); труба, заканчивающаяся змеей (1978) или психоделическим цветком (1979), – вызывает удивление и радость предвкушения джазового фестиваля. Иногда предметный плакат напрямую отсылает к специфике музыки. Так, для электроджазовой группы «ОМ» Никлаус Трокслер придумал изображение вилки, вытаскиваемой из розетки.

Другой тип иконографии – шрифтовой плакат, который основывается на обыгрывании гарнитур и приемов типографики. Разрабатывая афишу для секстета Маккоя Тайнера, с его африканскими ритмами, Никлаус Трокслер применяет игру негативного пространства – сплошного поля, образуемого словами «McCoys Tuner» (1980). На афише Джеймса «Блад» Ульмера, объединившего джаз-рок с фанком, имя James «Blood» Ulmer запечатлено путем смещения разноцветных (желтых, красных, синих) букв различного кегля (1991). Создавая афишу для социально ориентированного концерта Марти Эрлиха, дизайнер наносит белые буквы поверх текста из газеты «The New York Times» (2004). Иногда на плакатах для фестиваля Виллисау представлен шрифтовой поток с полиритмической структурой, выражающей экспрессию, оптическую нервозность, кинетические эффекты (2001, 2000, 2008) [см.: 18].

Можно выделить также абстрактные рисунки с ассоциациями и аллюзиями. Влияние швейцарского стиля заметно в «мерцающей сетке», которая выступает метафорой электронной музыки. Воздействие абстракционизма ощущается в плакате, посвященном Телониусу Монку (1986): Трокслер создает силуэт профиля музыканта, используя строку из букв. Напротив, плакат «Два баса: братья Маркс» (1997) создан мазками кистью с наложением голубого и красного цветов. Порой становится популярным минимализм в

оформлении плакатов для фестиваля в Монтре – Пьер Арнольди (1994), Финн Нигаард (2008), Малика Фавр (2020), Йоанн Лемуан (2020), иногда с юмористическим оттенком – Фил Коллинз (1998). В последнее время применяется *motion design* с гипнотическим эффектом, примером чему служит проект студии Dumbag по продвижению фестиваля джаза в Нидерландах (2022). Вибрации слова *jazz* в сочетании с динамической композицией абстрактных геометрических элементов являются частой аллюзией джазовой импровизационности. Таковы плакаты Мартина Вудтли (2003), Ральфа Шрайвогеля (2002), Флориана Хардвиге (2016) и др.

Подводя итог, можно сказать, что репрезентация джазовой музыки имеет определенную семантику: подразумеваются некие параллели с духовыми, струнными и клавишными инструментами, обыгрывание термина *jazz*, аллюзии танца в прямом и переносном смыслах. Особое внимание уделяется тематике фестиваля или названию альбома. Иносказательно содержание джазового концерта запечатлевается посредством специфической иконографии, предполагающей нерегулярный ритм, абстрактную импровизацию, создание визуальных метафор и каламбуров, порой окрашенных юмором, и все это – в ауре воздействий различных графических стилей. Импровизационное и привлекательное визуальное-графическое проектирование афиш, баннеров или обложек для винила вызывает у зрителя, слушателя игру воображения и рассудка, ликование души от предвкушаемого будущего концерта или прослушивания пластинки. Графика плаката джазовой музыки не допускает как строгости швейцарского стиля, так и агрессивной образности рок-музыки, но предполагает импровизацию – экспериментальную типографику, сложный ритм, множество акцентов, смешение жанров (букв, фотографий, рисунков), кажущийся хаос, гибкость и восприимчивость к новым тенденциям формообразования.

•—————• ПРИМЕЧАНИЯ •—————•

¹ *Blue note* в джазе и блюзе – нота, которая поется или играется с несколько измененной высотой тона по отношению к стандартной; изменение может составлять от кварты до полутона. У художника блюз и *blue note* зачастую ассоциируются с голубым или синим цветом.

•—————• ЛИТЕРАТУРА •—————•

1. Коллиер Дж. Л. Становление джаза. Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2023. 544 с.
2. Heller S. Alex Steinweiss: The Inventor of the Modern Album Cover. Köln: Taschen, 2015. 549 p.
3. Ашбель Е. В. Графический дизайн обложек музыкальных альбомов: индивидуальность и общая стилистическая тенденция в единстве и противоположности // Вестник ОГУ. 2007. № 76. С. 242–247.

4. Штольц К. 1000 хитов музыкального дизайна: Коллекция упаковки, постеров и других решений для аудиопродукции. М.: РИП-холдинг, 2008. 320 с.
5. Margolin V. American Jazz Album Covers in the 1950s and 1960s. URL: <https://www.printmag.com/article/american-jazz-album-covers-in-the-1950s-and-1960s/> (дата обращения: 25.06.2025).
6. Joaquim P. Jazz Cover. Köln: Taschen, 2022. 512 p.
7. Tordjman J.-J. Esthetes d'affiches: Hommage aux affichistes du Montreux Jazz Festival. Genève: Éditions Slatkine, 2011. 208 p.
8. Golding P., Miles B. Rock Graphic Originals Revolutions in Sonic Art from Plate to Print '55-'88. London: Thames & Hudson, 2018. 224 p.
9. Лантес В. В. Типографика: Порядок и хаос. М.: АВАТАР, 2008. 216 с.
10. Thorgerson S. Classic Album Covers of the Sixties. London: Paper Tiger, 1989. 223 p.
11. Alleyne M. After the Storm: Hipgnosis, Storm Thorgerson, and the Rock Album Cover // Rock Music Studies. 2014. Vol. 1. No. 3. Pp. 251–267.
12. Mojo: Greatest Album Covers. London: Bauer, 2006. 102 p.
13. Gorman P. Reasons to Be Cheerful: The Life and Work of Barney Bubbles. London: Adelita Ltd., 2011. 224 p.
14. Munn J. The Small Stakes: Music Posters. San Francisco: Chronicle Books, 2010. 192 p.
15. Miles B., Scott G., Morgan J. Greatest album covers of all time. London: Pavilion Books, 2008. 256 p.
16. Кинус Ю. Г. Джаз: истоки и развитие. Ростов н/Д: Феникс, 2011. 492 с.
17. Костюк Е. Б., Музалевская Ю. Е., Ястремский Т. С. Музыка и мода XX века: От субкультуры к массовости. СПб.: Нестор-История, 2021. 192 с.
18. Troxler N. Poster Collection 34. Zürich: Lars Müller Publishers, 2022. 96 p.

REFERENCES

1. Kollier Dzh. L. Stanovlenie dzhaza [The formation of jazz]. Ekaterinburg: Kabinetnyj uchenyj, 2023. 544 p.
2. Heller S. Alex Steinweiss: The Inventor of the Modern Album Cover. Köln: Taschen, 2015. 549 p.
3. Ashbel' E. Graficheskiy dizayn oblozhek muzykal'nykh al'bomov: individual'nost' i obshchaya stilisticheskaya tendentsiya v edinstve i protivopozlozhnosti [Graphic design of music album covers: individuality and a common stylistic tendency in unity and opposition]. In: Vestnik OGU [Bulletin of Orenburg State University]. 2007. No. 76. Pp. 242–247.
4. Shtol'ts K. 1000 khitov muzykal'nogo dizayna: Kolleksiya upakovki, posterov i drugikh resheniy dlya audioproduktov [1000 hits of music design: Collection of packaging, posters, and other solutions for audio products]. Moscow: RIP-kholding, 2008. 320 p.
5. Margolin V. American Jazz Album Covers in the 1950s and 1960s. URL: <https://www.printmag.com/article/american-jazz-album-covers-in-the-1950s-and-1960s/> (date of application: 25.06.2025).
6. Joaquim P. Jazz Cover. Köln: Taschen, 2021. 512 p.
7. Tordjman J.-J. Esthetes d'affiches: Hommage aux affichistes du Montreux Jazz Festival. Genève: Éditions Slatkine, 2011. 208 p.
8. Golding P., Miles B. Rock Graphic Originals Revolutions in Sonic Art from Plate to Print '55-'88. London: Thames & Hudson, 2018. 224 p.
9. Laptev V. Tipografika: Poryadok i khaos [Typo-Script: Order and Chaos]. Moscow: AVATAR, 2008. 216 p.
10. Thorgerson S. Classic Album Covers of the Sixties. London: Paper Tiger, 1989. 223 p.
11. Alleyne M. After the Storm: Hipgnosis, Storm Thorgerson, and the Rock Album Cover. In: Rock Music Studies. 2014. Vol. 1. No. 3. Pp. 251–267.
12. Mojo: Greatest Album Covers. London: Bauer, 2006. 102 p.
13. Gorman P. Reasons to Be Cheerful: The Life and Work of Barney Bubbles. London: Adelita Ltd., 2011. 224 p.
14. Munn J. The Small Stakes: Music Posters. San Francisco: Chronicle Books, 2010. 192 p.
15. Miles B., Scott G., Morgan J. Greatest album covers of all time. London: Pavillon Books, 2008. 256 p.
16. Kinus Yu. Jazz: Istoki i razvitie [Jazz: Origins and Development]. Rostov-on-Don: Feniks, 2011. 492 p.
17. Kostyuk E., Muzalevskaya Yu., Yastremskiy T. Muzyka i moda XX veka: Ot subkul'tury k massovosti [Music and Fashion in the 20th Century: From Subculture to Mass Character]. St. Petersburg: Nestor-Istoriya, 2021. 192 p.
18. Troxler N. Poster Collection 34. Zürich: Lars Müller Publishers, 2022. 96 p.

Пигулевский Виктор Олегович
доктор философских наук, профессор
кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Ростовская государственная консерватория им. С. В. Рахманинова
Россия, 344082, Ростов-на-Дону
lymirskaya@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7937-9436

Victor O. Pigulevskiy
Dr. Sci. (Philosophy), Professor at the Department of Social Disciplines and Humanities
S. Rachmaninov Rostov State Conservatory
Russia, 344082, Rostov-on-Don
lymirskaya@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7937-9436