

УДК 316.7

<http://doi.org/10.5281/zenodo.2539806>

## **ФЕНОМЕН ГРАФФИТИ КАК ЧАСТИ ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА СМОЛЕНСКА)**

©Сафарова К. С., Смоленский государственный университет,  
г. Смоленск, Россия, [karinahimera138@gmail.com](mailto:karinahimera138@gmail.com)

## **GRAFFITI PHENOMENON AS A PART OF CITY CULTURE (ON THE EXAMPLE OF SMOLENSK CITY)**

©Safarova K., Smolensk State University, Smolensk, Russia, [karinahimera138@gmail.com](mailto:karinahimera138@gmail.com)

*Аннотация.* В статье рассмотрен феномен граффити как части городской культуры. Предметом исследования являются граффити как элемент городской культуры. Целью исследования является выявление смысловой нагрузки контента, определение влияния граффити на городскую среду, рассмотрение взаимоотношений граффитеров между собой и с обществом. В исследовании был использован качественный метод получения информации — лейтмотивное интервью. Интервью проводилось в г. Смоленске, было опрошено 5 человек, которые принадлежат к граффити-сообществу города. Возраст отобранных респондентов 17–30 лет. Интервью проводилось у респондентов дома, на каждое интервью заняло в среднем 30–40 минут. В ходе интервью была получена первичная информация, по окончании аудиозаписи были преобразованы в текст. В ходе исследования была получена информация об опыте рисования граффити участников, предпочтения в цвете, шрифтах, месте нанесения рисунков, о взаимоотношениях граффитеров культурной среде города. Результаты проведенного исследования помогут дополнить малое количество работ по данной тематике. Выводы и рекомендации могут быть использованы администрацией города для решения проблем, связанных с проявлением феномена граффити в городской культуре.

*Abstract.* In the article, the phenomenon of graffiti as parts of city culture is considered. An object of research is graffiti as an element of city culture. A research objective is the identification of semantic loading of content, the definition of the influence of graffiti on the urban environment, consideration of the relationship of graffer among them and with society. In research the qualitative method of obtaining information — a leitmotiv interview was used. The interview was conducted in Smolensk, 5 people who belong to city graffiti communities were interviewed. Age of the selected respondents of 17–30 years. The interview was spent at respondents at home, on each interview took on average 30–40 minutes. During the interview primary information was obtained, on the termination of an audio recording were transformed into the text. During the research information on the experience of drawing of graffiti of participants, preferences in colour, fonts, the place of drawing drawings, about the relationship of graffer to the cultural environment of the city were obtained. Results of the conducted research will help to add the small number of works on this subject. Conclusions and recommendations can be used by city administration for the solution of the problems connected with the manifestation of a phenomenon of graffiti in city culture.

*Ключевые слова:* феномен граффити, городская культура, контент, субкультура, граффити-сообщения.

*Keywords:* phenomenon of graffiti, city culture, content, subculture, graffiti messages.

Граффити — особое направление в искусстве, зародившееся в 70-х годах XX века в Америке, весьма привлекательное для многих людей, особенно для молодежи. Граффити является своеобразной формой выражения общественного мнения, которая позволяет передать свою точку зрения о таких важных вещах как политическая ситуация, экологические проблемы, социальное неравенство и др. Граффити существует как часть новостной среды, про него пишут статьи в научных журналах, книги, снимают фильмы, проводят научные исследования.

Разнообразны формы граффити — это и надписи в подъездах, и сложнейшие по уровню исполнения рисунки. Это явление представляет собой молодежную субкультуру, которая привлекает молодежь тем, что каждый может найти соответствующий стиль. Выходцы этой субкультуры зачастую становятся дизайнерами, и профессиональными художниками.

Установлено, что включение в субкультуру происходит с 12 лет, т.е. с началом переходного периода у подростков. Нанесение граффити становится способом выразить свои мысли и проблемы, является возможностью социализации в современном мире. Рисование нелегальных граффити дает возможность выделиться из толпы, реализовать свой творческий потенциал.

Изучением граффити как социального феномена впервые занялись американские ученые в 1970-х годах. Граффити, как часть городской культуры, зародилось именно тогда в Нью-Йорке.

Одно из самых первых определений граффити дал американский исследователь В. А. Кох [1, с. 111]., который разработал типологию, основанную на жанрах М. Купер и Г. Чалфанта [2, с. 27-34] определяли граффити по территории нанесения. Р. М. Помар и Ф. Боса классифицировали университетские изображения. Классификация строилась по предметной схеме: политические, религиозные, эротические, скабрзные граффити и т.д. Д. М. Гедсби разработала смешанную классификацию рисунков и предложила несколько подходов к изучению (антропологический, гендерный, количественный, лингвистический, фольклористический, эстетический, мотивационный, превентивный и популярный). Р. Блюм [3, с. 137-148.] изучал особенности расположение граффити в различных странах на постаментах и памятниках с точки зрения этнографического концептуализма. Д. Бушнелл [4, с. 93] в своей книге «Московские граффити: язык и субкультура» изучает граффити как средство коммуникации молодежи, рассматривает взаимоотношения команд графферов между собой и их отношение с обществом. С точки зрения эстетического анализа феномен рассматривали К. Варнедо и А. Гопник [5, с. 42-44], они проводили сравнительный анализ изображений. Проводились сравнения «высокой» и «низкой» культуры.

За последнее время европейские, и особенно американские ученые, написали на тему граффити сотни работ, но, к сожалению, степень разработанности проблематики граффити в нашей стране недостаточна. Исследования граффити в России начались примерно с конца XX века.

В исследовательской работе Н. И. Тюкаевой [6, с. 11-52] рассмотрены граффити с точки зрения естественной письменной речи. А. Белкин [7, с. 43] применяет психологическую диагностику в исследовании личности авторов граффити. Исследованием граффити как части молодежных субкультур, занималась Т. Б. Щепанская [8, с. 58–100], которая предложила разделить тексты граффити на несколько функциональных групп. М. Лурье в своих работах «Графферы. Опыт повседневности» [9, с. 251–264] и «Слово и рисунок на городских стенах» [10, с. 441] рассматривает граффити с точки зрения феномена городской культуры, он

разделяет рисунки на три части: граффити как часть повседневности, граффити как язык коммуникации молодежи, и граффити как изобразительная деятельность уличных художников. Р. Егоров в своей книге «Боди-арт и граффити» [11, с. 74–130] рассмотрел процессы, происходящие внутри граффити-сообщества в России. Книга богата иллюстративным материалом. С. В. Киселевым [12, с. 10–11] проведено исследование по изучению феномена граффити и разработана авторская классификация. Е. В. Попов и Я. В. Сысоева [13, с. 1851–1855] рассмотрели феномен граффити с точки зрения социального аспекта.

Деятельность графферов сосредоточена на художественном функционировании — распространении граффити-сообщений. Изображения воздействуют на формирование городской культуры. Формы искусства, видоизменяются и реализуются в общественном пространстве для создания коммуникации в городской среде. Специфической особенностью граффити как искусства является многообразие форм, уход от монументальности, интеграция методов рекламы, архитектуры, дизайна, обращение к публике и доступность для широкой аудитории. Интерактивность граффити и его разнообразные воплощения делают его важной составляющей оптического информационно-коммуникативного поля постиндустриального города. Таким образом, уличное искусство является инструментом социальных коммуникаций в урбанистическом пространстве. [14, с. 76]

С помощью проведенного исследования можно расширить теоретическую и практическую базу научных работ, посвященных граффити. Результаты исследования могут быть использованы при разработке социокультурных проектов обустройства культурной среды города Смоленска, а рекомендации использованы администрацией города для борьбы с несанкционированными граффити, и развития разнообразия культурной среды Смоленска. Результаты проведенного исследования могут быть использованы для разработки социокультурных проектов обустройства урбанистического пространства, эстетической среды города, борьбы с вандалистическими граффити, а также будут полезны администрации и другим государственным учреждениям.

Источником получения эмпирических данных выступают сами графферы города Смоленска.

Методом сбора информации было лейтмотивное интервью. Лейтмотивное интервью — рассматривает динамику одного и того же аспекта жизни индивида на протяжении его биографического пути. Интервьюирование предполагает личное общение с опрашиваемым, при котором исследователь сам задает вопросы и фиксирует ответы. На подготовительной стадии был разработан гайд лейтмотивного интервью в котором отражены вопросы, касающиеся графферов и граффити-сообщества.

Следующим шагом был отбор респондентов. На данном этапе возникли трудности с тем, что многие подходящие респонденты отказывались проходить интервью несмотря на то, что оно является полностью анонимным. Но тем не менее, было опрошено 5 человек, которые принадлежат к граффити-сообществу города Смоленска. Возраст отобранных респондентов 17–30 лет.

В исследовании был применен метод снежного кома. Таким образом сформировалась выборочная совокупность – часть генеральной совокупности, непосредственно участвующая в исследовании. Выборочная совокупность составила четыре респондента мужского пола и одного женского.

Используемый гайд состоит из 39 вопросов, они задавались всем респондентам вне зависимости от половой принадлежности.

Интервью проводилось у респондентов дома, на каждое интервью заняло в среднем 30-40 минут. Респонденты были совершенно разные, кто-то спокойно и уравновешенно отвечал на вопросы, кто-то использовал множество жаргонизмов и нецензурную лексику. Психологический контакт с респондентами был налажен достаточно быстро. Благодаря этому в исследовании удалось получить полную информацию, касающуюся граффити и граффити-сообщества в целом. Интервью чаще всего проходили вечером, т.к. такой выбор временного промежутка был наиболее удобен респондентам.

При проведении интервью сложилась позитивная обстановка, опрашиваемые достаточно эмоционально рассказывали о своем увлечении, хотя иногда вопросы вызывали сложности. На некоторые вопросы были даны односложные ответы «да», «нет», «не знаю», но в целом интервью проходило легко. Записи производились на диктофон.

В ходе интервью была получена первичная информация, расшифровка текста заняла примерно 50-60 минут на одно интервью, так же были трудности с описанием ненормативной лексики.

В ходе исследования были получены следующие результаты:

Средний возраст попадания графферов в субкультуру, это 10-12 лет. На момент проведения интервью графферы занимаются уличным творчеством от 2 до 13 лет.

Причины, по которым рисуют граффити: желание украсить город, попробовать что-то новое, желание не отставать от друзей.

Большая часть опрошенных графферов (60% опрошенных) время от времени рисует скетчи, чтобы потом воплотить их в жизнь. Большинство респондентов не коллекционируют фотографии своих работ, один респондент лишь иногда делает фотографии, и один делает фотографии всех работ. 60% опрошенных графферов уверены, что количество превалирует над качеством.

Графферы в своих работах изображают свое видение окружающего мира, отображают свою личность, мысли, образы, которые находятся в голове. Многие из опрошенных вдохновляются музыкой, кинематографом. Так же в роли вдохновения респонденты указали настроение, эмоции, книги и жизнь. Графферы предпочитают черный, белый и красный, желтый цвета. Также опрошенные указывают, что бывают сложности с покупкой разнообразных красок. Цвет граффити, как отмечают авторы, напрямую зависит от цвета фона. На цвет рисунка влияет также любовь граффера к определенному цвету, идея рисунка, доступность краски. Моды на какой-то определенный цвет нет.

Графферы стараются не рисовать в тех местах, где можно быть замеченным, или там, где граффити не уместны и не несут никакого смысла. Место нанесения граффити считается «крутым», если его легко заметить, оно нарисовано в местах интеракции горожан, и, если оно находится недалеко от того места, где граффера легко поймать. Рисовать граффити без угрозы обнаружения можно на окраинах города, в заброшенных домах и постройках, на гаражах или хозяйственных постройках.

Опрошенные графферы своими работами привлекают внимание людей, для них граффити это способ выразить себя, донести свою идею, распространить свое имя. Большинство опрошенных графферов не отражают в своих рисунках социальные проблемы. Цвет рисунка влияет на его смысл, например, один из респондентов указывает, что через черный цвет проще передать состояние депрессии.

Большинство графферов используют шрифты в своих работах. Шрифт выбирается в зависимости от настроения, смысла рисунка, и умения самого граффера.

Проанализировав полученные результаты, мы сможем сделать следующие выводы:

Граффити является своеобразным языком общения между графферами. Изображения являются отметкой территории. По мнению опрошенных графферов рисунки могут служить элементом городской навигации, как место встречи или проведения фотосессии.

Граффити, получившее наибольшее распространение, это символично-именное обозначение. Граффити-картины также представлены среди уличных изображений города. Характер рисунков чаще всего агрессивный, что свидетельствует о контркультурной позиции графферов.

Наиболее часто для нанесения изображения, графферы выбирали стены со светлой окраской — белого, серого, желтого цвета. В ходе интервью, графферы также указали на зависимость выбора места нанесения рисунка и фона. В ходе проведения интервью было установлено, что граффити служат языком общения между графферами. Так они могут отмечать свою территорию, высказывать неуважение, или даже вызывать на соревнования.

Граффити, и все с ними связанное, всегда вызывало и продолжает вызывать повышенный интерес у людей. Благодаря граффити легче наладить общение и связи между представителями разных культур, вследствие чего, рождается взаимопонимание и творческое взаимодействие. Постепенно становится понятным то, что, в этом искусстве, которое сегодня именуют граффити, выражали и выражают себя не маленькие группы маргиналов, а целые общности людей.

Проведение данного исследования сделало возможным анализ проблемы граффити в городской культуре Смоленска. Исследование подтвердило, что граффити в России сегодня популярно и развивается. Элементы граффити-культуры постоянно транслируются в средствах массовой информации. Количество членов сообщества постоянно растет. Специфика российской граффити-культуры заключается в том, что она носит «догоняющий» характер несмотря на то, что в настоящее время идет непрерывный информационный обмен с зарубежными представителями сообщества.

#### *Список литературы:*

1. Koch W. A. Simple Forms: An Encyclopedia of Simple Text-Types in Lore and Literature. Bochum, 1994. P. 111.
2. Chalfant H., Cooper M. Subway Art. New York, 1995. P. 27-34.
3. Blume R. Graffiti //Discurso y literatura: nuevos planteamientos sobre el análisis de los géneros literarios. – Visor, 1999. – С. 167-180.
4. Bushnell J. Moscow graffiti: Language and subculture. – London, 1990. 93.
5. Varnedoe K. High & Low: Modern Art & Popular Culture: Three Comparisons //MoMA. – 1990. – Т. 2. – №. 6. – С. 9-15.
6. Лебедева Н. Б. и др. Жанры естественной письменной речи. Студенческие граффити, маргинальные страницы тетрадей, частная записка. – ООО КРАСАНД, 2011. С. 11-52.
7. Белкин А. Психологическая диагностика личности автора граффити. М.: МПСИ. 2009. С. 43.
8. Щепанская Т. Б. Система: тексты и традиции субкультуры. СПб. 2004. С. 58–100.
9. Лурье М., Богемская К. Г, Юнисов М. В. Графферы. Опыт повседневности: Памяти Сергея Юрьевича Румянцева. СПб. 2005. С. 251-264.
10. Лурье М. Сборник научных статей. По материалам конференции Рисунки петербургских писателей // Академический проект. Спб. 2000. С. 441.
11. Егоров Р. Боди – арт и граффити // Рипол Классик. М. 2004. С. 74-130.
12. Киселев С. В. Знаково-психологические мотивы граффити в молодежной субкультуре //Социологические исследования. 2005. №. 9. С. 113-115.



13. Попов Е. В., Сыроева Я. В. Граффити как объект социологического исследования // Концепт. 2016. Т. 11. С. 1851–1855.

14. Лихвар В. Д., Погорелый Д. Е., Подольская Е. А. Культурология. М.: ЭКСМО. 2008. С. 76.

*References:*

1. Koch, W. A. (1994). Simple forms. An Encyclopaedia of Simple Text-Types in Lore and Literature. 111.

2. Cooper, M., & Chalfant, H. (1995). Subway art. Macmillan. 27-34.

3. Blume, R. (1999). Graffiti. In Discurso y literatura: nuevos planteamientos sobre el análisis de los géneros literarios. 167-180.

4. Bushnell, J. (1990). Moscow graffiti: Language and subculture. London.

5. Varnedoe, K. (1990). High & Low: Modern Art & Popular Culture. *In Three Comparisons. MoMA*, 2(6), 9-15.

6. Lebedeva, N. B., Zyryanova, E. G., Plaksina, E. G., & Tyukaeva, N. I. (2011). Zhanry estestvennoi pis'mennoi rechi. Studencheskie graffiti, marginal'nye stranitsy tetradei, chastnaya zapiska. OOO KRASAND. 11-52.

7. Belkin, A. (2009). Psikhologicheskaya diagnostika lichnosti avtora graffiti. Moscow. MPSI. 43.

8. Shchepanskaya, T. B. (2004). Sistema: teksty i traditsii subkul'tury. St. Petersburg. 58-100.

9. Lurie, M., Bogemskaya, K. G., & Yunisov, M. V. (2005). Graffery. Opyt povsednevnosti: Pamyati Sergeya Yur'evicha Rumyantseva. St. Petersburg 251-264.

10. Lurie, M. (2000). Sbornik nauchnykh statei. Po materialam konferentsii Risunki peterburgskikh pisatelei. Akademicheskii proekt. St. Petersburg. 441.

11. Egorov, R. 2004. Bodi – art i graffiti. Ripol Klassik. Moscow. 74-130.

12. Kiselev, S. V. (2005). Znako-psykhologicheskie motivy graffiti v molodezhnoi subkul'ture. Sotsiologicheskie issledovaniya, (9), 113-115.

13. Popov, E. V., & Sysoyeva, Ya. V. (2016). Graffiti as object of a sociological research. *Koncept*, (11). 1851-1855.

14. Likhvar, V. D., Pogorelyi, D. E., & Podol'skaya, E. A. (2008). Kul'turologiya. Moscow. EKSMO. 76.

*Работа поступила  
в редакцию 24.12.2018 г.*

*Принята к публикации  
28.12.2018 г.*

*Ссылка для цитирования:*

Сафарова К. С. Феномен граффити как части городской культуры (на примере города Смоленска) // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. №1. С. 378-383. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/38-41> (дата обращения 15.01.2019).

*Cite as (APA):*

Safarova, K. (2019). Graffiti phenomenon as a part of city culture (on the example of Smolensk city). *Bulletin of Science and Practice*, 5(1), 378-383. (in Russian).