

УДК 316.653

<https://doi.org/10.33619/2414-2948/48/42>

## ДЕТЕРМИНАНТЫ ОТНОШЕНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ГРАФФИТИ: ОПЫТ ВТОРИЧНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ ВЦИОМ

©*Руденкин Д. В.*, ORCID: 0000-0001-8860-165X, SPIN-код: 9700-3150, канд. социол. наук,  
Уральский федеральный университет, г. Екатеринбург, Россия, [d.v.rudenkin@urfu.ru](mailto:d.v.rudenkin@urfu.ru)

©*Оболенская А. Г.*, ORCID: 0000-0003-2626-9836, SPIN-код: 1997-1927, канд. экон. наук,  
Уральский государственный педагогический университет,  
г. Екатеринбург, Россия, [a.obolenskaya@mail.ru](mailto:a.obolenskaya@mail.ru)

## DETERMINANTS OF OPINION ABOUT GRAFFITI OF RUSSIAN YOUTH: RESULTS OF SECONDARY ANALYSIS OF VCIOM DATA

©*Rudenkin D.*, ORCID: 0000-0001-8860-165X, SPIN-code: 9700-3150, Ph.D., Ural Federal  
University, Ekaterinburg, Russia, [d.v.rudenkin@urfu.ru](mailto:d.v.rudenkin@urfu.ru)

©*Obolenskaya A.*, ORCID: 0000-0003-2626-9836, SPIN-code: 1997-1927, Ph.D., Ural State  
Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia, [a.obolenskaya@mail.ru](mailto:a.obolenskaya@mail.ru)

*Аннотация.* Центральным вопросом статьи — факторы, которые влияют на специфику отношения российской молодежи к граффити. Авторы отмечают относительную односторонность рассмотрения социальной роли граффити в российской науке: в фокусе исследований часто оказываются эстетическая, юридическая и социально–психологическая сторона вопроса, тогда как стереотипы и оценки, которые устоялись в отношении этого феномена на уровне общества, оказываются в фокусе исследований реже. В своем исследовании авторы стремятся сделать шаг в преодолении этой проблемы и обращаются к изучению отношения к граффити, которое устоялось у представителей современной российской молодежи. Методом исследования, с помощью которого авторы решают эту задачу, становится вторичный анализ данных опроса всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), проведенного в конце 2018 г. Опираясь на материалы ВЦИОМ, авторы стремятся определить общий вектор отношения российской молодежи к граффити и определить факторы, от которых это отношение может зависеть. Исследование позволяет авторам сделать вывод о том, что специфика отношения российской молодежи к граффити имеет выраженную социальную подоплеку. Отношение к граффити, сложившееся у российской молодежи, сопоставимо с тем отношением, которое устоялось у представителей других возрастных групп. Но при этом сама молодежь неоднородна в своем отношении к этому явлению. Авторы делают вывод, что значимыми факторами, влияющими на отношение молодых людей к граффити, являются пол, уровень активности использования Интернета и тип населенного пункта.

*Abstract.* The central question of the article is the factors that influence the opinion about graffiti of Russian youth. The authors note the one-sidedness of the analysis of the social role of graffiti in Russian science. Scientists often focus on aesthetic, legal and socio-psychological sides of this topic. But at the same time, there is a lack of research in the area of typical stereotypes and assessments about graffiti in society. During their research, the authors of this article want to make a step in overcoming of this problem and focus their interest on stereotypes and assessments about graffiti that became typical for the representatives of modern Russian youth. During the research the authors rely on secondary analysis of data of sociological survey, which was implemented by Russian Public Opinion Research Center (VCIOM) at the end of 2018. Using the VCIOM data,

the authors strive to determine the general opinion of Russian youth about graffiti and try to identify the factors, which can influence this opinion. The analysis allows the authors to make a conclusion that the specifics of young people's stereotypes and assessments about graffiti has a social origin. The attitude to graffiti prevailing among Russian youth is comparable to that which was established among representatives of other age groups. But at the same time, young people are heterogeneous in their attitude to this phenomenon. The authors conclude that significant factors influencing the attitude of young people to graffiti are gender, the level of activity of using the Internet, and the type of settlement.

*Ключевые слова:* молодежь, граффити, вандализм, социологический опрос, вторичный анализ данных.

*Keywords:* youth, graffiti, vandalism, sociological survey, secondary data analysis.

### *Введение*

Граффити и связанные с ним социальные эффекты оказываются в фокусе исследований социально-гуманитарной науки относительно давно и привлекают устойчивый интерес многих авторов. Научные работы таких исследователей, как М. Б. Ворошилова [1], Ю. А. Грибер [2], А. В. Скорик [3] показывают, что российская наука не только проявляет устойчивый интерес к анализу граффити, но и предлагает очень разнообразные подходы к изучению соответствующей проблематики. Стабильный интерес ученых к этой теме, вероятнее всего, обусловлен ее выраженной практической подоплекой. Даже поверхностный анализ распространённых сейчас определений граффити показывает, что чаще всего под этим термином понимаются надписи или рисунки, нанесенные на объекты городской инфраструктуры [4, с. 89]. При том, что это довольно общее и неконкретное определение, оно довольно четко демонстрирует, что сама природа граффити как феномена принципиально двояка. Неся в себе очевидное творческое начало и стремление к самовыражению, граффити является в то же время и актом вандализма, поскольку предполагает или изменение облика городской инфраструктуры или даже ее повреждение. Эта парадоксальность природы граффити приводит к тому, что в литературе данный феномен нередко описывают именно как одну из типических разновидностей вандализма [5] и оценивают как очевидную социальную патологию [6]. Поэтому закономерно, что социально-гуманитарная наука уделяет большое внимание анализу социальной роли граффити и поиску механизмов минимизации соответствующих издержек. Вместе с тем, та исследовательская практика, которая в настоящий момент устоялась в российской социально-гуманитарной науке, по нашему мнению, неоправданно игнорирует как минимум один из важных пластов этой темы.

Исследования, которые проводятся в этой области сейчас, в основном концентрируются на изучении либо эстетической, содержательной составляющей граффити (А. В. Никитина [7], М. Ю. Кондакова [8], Ю. А. Кузовенкова [9]), либо на специфике правовой оценки их создания (Р. Д. Жмурко [10], В. П. Богданов [11], О. К. Яненко [12]), либо на выявлении особенностей сознания и поведения тех людей, которые их создают (А. И. Белкин [13], К. В. Грибенщиков [14], Е. А. Мельникова [15]). При всей очевидной важности каждого из этих ракурсов рассмотрения граффити, заметно, что наука гораздо реже обращается к еще одной, не менее важной стороне вопроса — тому, какое отношение к граффити устоялось на уровне общества в целом и отдельных его сегментов. Пренебрежение анализом этой стороны вопроса мешает пониманию глубинных социальных причин, по которым граффити вообще

получает в обществе то или иное распространение. Ведь, как и любой иной продукт человеческой деятельности, граффити создаются в том числе и потому, что в обществе распространяется определенная система стереотипов и настроений, которые благоприятствуют их созданию. Проще говоря, те надписи и рисунки на объектах городской инфраструктуры, которые обычно и понимаются под граффити, создаются потому, что в обществе распространяется толерантное или даже заинтересованное отношение к таким надписям или рисункам. И понимать природу такого отношения не менее важно, чем изучать эстетическую, юридическую или социально-психологическую сторону вопроса. К сожалению, этот ракурс рассмотрения граффити в настоящий момент встречается в научных работах относительно редко.

В своей работе мы бы хотели продвинуться в понимании именно этой проблематики и сосредоточиться на анализе специфических настроений и факторов, которые могут создавать почву для распространения граффити в современном российском обществе. Ограниченность размера работы и консервативность жанра научной статьи вынуждают нас воздержаться от претензий на изучение таких настроений в масштабах всего российского общества. Поэтому в своей работе мы сосредоточимся на специфике отношения к граффити, которое устоялось лишь у одного из сегментов российского общества — молодежи. Фокусировка исследовательской оптики именно на молодежи в данном случае важна для нас в силу двух причин. Во-первых, именно молодежь часто описывается исследователями как одна из тех социальных групп, представители которой склонны к созданию граффити больше других [16]. Во-вторых, нам близка часто встречающаяся в научной литературе мысль о том, что стереотипы и оценки молодежи в значительной степени отражают специфику тех настроений, которые в будущем получают массовое распространение на уровне общества в целом: по мере взросления и роста важности социальной роли молодых людей их настроения и суждения будут получать в обществе все более интенсивное распространение [17, с. 65]. То есть, фактически, в данном случае мы рассматриваем молодежь как частный, но информационно насыщенный кейс. Мы полагаем, что понимание специфики отношения к граффити, которое устоялось у российской молодежи, не только характеризует настроения и стереотипы самих молодых людей, но и способно будет помочь формулировке более глубоких и фундаментальных выводов о российском обществе в целом. Ключевой вопрос, вокруг которого мы намерены сосредоточить свою работу, — специфика отношения российской молодежи к граффити и те факторы, от которых это отношение зависит.

#### *Материал и методы исследования*

Эмпирической основой нашего исследования послужили результаты вторичного анализа данных всероссийского социологического опроса «ВЦИОМ-Спутник», который был выполнен в первой половине декабря 2018 г. Целью этого опроса являлось выявление основных стереотипов и оценок, которые сложились по отношению к феномену граффити в российском обществе. База данных этого исследования в формате SPSS была выложена ВЦИОМ в открытый доступ, что открыло богатые возможности для вторичного анализа полученных материалов и формулировки новых исследовательских выводов. Технологические особенности проведения опроса подробно описаны на официальном сайте ВЦИОМ (1), поэтому поясним лишь некоторые наиболее важные детали. Исследование было выполнено специалистами ВЦИОМ в формате телефонного интервью и опиралось на опрос 1600 респондентов, отобранных по стратифицированной двухосной случайной выборке среди мобильных и стационарных номеров. Как и другие аналогичные проекты ВЦИОМ, этот опрос позиционируется исследователями как репрезентативный в масштабах всего

российского общества. Поэтому его данные становятся удобной и надежной базой для выводов о специфике настроений и взглядов различных слоев и сегментов российского общества. Репрезентативность исследования и детальность выложенных в открытый доступ материалов превратили данные этого опроса в надежную и доступную эмпирическую базу для проведения анализа факторов, которые влияют на отношение российской молодежи к граффити.

Важно также подчеркнуть, что опрос ВЦИОМ проводился среди всех возрастных групп российского общества, тогда как нас интересовали лишь настроения и стереотипы только одной из них — молодежи. Поэтому в поле нашего внимания оказались ответы не всех 1600 респондентов, а лишь их узкой части — опрошенных в возрасте от 18 до 29 лет (таких в выборке оказалось 210 человек). Этот возрастной сегмент респондентов в ходе анализа был создан нами искусственно и отличался от возрастной градации массива, которая была выдержана в исходном файле с данными. В исходных данных, которые были взяты нами с сайта ВЦИОМ, были выделены два более узких возрастных сегмента респондентов — 18-24 и 25-29 лет. При проведении вторичного анализа данных мы объединили респондентов, вошедших в эти группы, в единый сегмент. Безусловно, нам понятна логика, которой руководствовались исследователи ВЦИОМ, выделяя в своем анализе именно подгруппы в 18-24 и 25-29 лет, и мы признаем, что данное методологическое решение имеет свои преимущества. Тем не менее, в своем анализе мы хотели соблюдать преемственность со своими прежними работами, в которых мы рассуждали именно о молодежи 18-29 лет [18]. Поэтому мы посчитали, что правильнее будет все же соединить эти два массива и анализировать специфику отношения к граффити именно у молодежи 18-29 лет.

Содержательное наполнение вопросов, которые были использованы ВЦИОМ в рамках цитируемого исследования, было довольно многогранным. Однако в контексте анализа отношения молодежи к вандализму для нас наибольшую ценность представляет ряд конкретных вопросов, которые были заданы респондентам:

*«Вы знаете, слышали когда-либо о таком жанре рисунка как граффити или нет?».*

*«С каким отношением о граффити Вы в большей степени согласны?».*

*«Сейчас обсуждается инициатива, согласно которой всем, кто хочет нарисовать граффити на стенах общественных зданий, необходимо будет получать разрешение для этого. Вы поддерживаете или не поддерживаете эту инициативу?».*

Ответы на эти вопросы позволяют довольно лаконично и точно охарактеризовать общую специфику стереотипов и оценок граффити, которые сложились у тех или иных людей. А наличие данных о территориальной, гендерной, статусной сегментации респондентов, позволяет соотносить такие стереотипы и оценки с различными социально-демографическими особенностями респондентов и позволяет проверить, как эти параметры могут влиять на модальность мнений молодежи о граффити. Собственно, в своем анализе данных мы сосредоточились на изучении ответов, которые дали на эти вопросы молодые люди с различной комбинацией социально-демографических признаков.

### *Результаты и обсуждение*

Результаты анализа, проведенного в ходе исследования, позволяют сделать несколько примечательных выводов об общем отношении российской молодежи к граффити и факторах, от которых такое отношение может зависеть.

*Первый вывод.* У молодежи нет какого-то специфического отношения к граффити, ярко выделяющего ее на фоне других возрастных сегментов российского общества. Анализ показывает, что мнение и оценки граффити, которые высказывают представители молодежи,

в целом похожи на те, что распространены среди представителей других возрастных групп. Конечно, фактор возраста оказывает определенное влияние на отношение к граффити. Так, например, анализ показал, что молодежь чуть более информирована о том, что такое граффити: среди респондентов в возрасте 18-29 лет об этом явлении не знают только 6%, тогда как в более старших возрастных группах этот показатель выше (а среди опрошенных старше 60 лет таких и вовсе набирается 24%). Другой пример различий — отношение к идее оформлять разрешение на создание граффити: в среднем среди опрошенных всех возрастов с этой инициативой согласны 70%, но именно среди молодежи 18-29 лет ее поддерживает большее количество людей — 78%. Наконец, среди молодежи чаще встречается готовность воспринимать граффити как к разновидности искусства: среди представителей возрастной группы в 18-29 такая точка зрения встречается у 42%, тогда как среди опрошенных всех возрастов так готовы рассуждать только 27%. Иными словами, видно, что определенные различия в ответах респондентов разного возраста есть. Но все же силу этих различий было бы неправильно переоценивать. Видно, что во всех случаях речь идет именно о частных колебаниях мнений и оценок, а не о глобальных расхождениях в отношении к граффити у молодежи и представителей более старших возрастных групп. В сущности, это означает, что какой-то уникальной «молодежной культуры» отношения к граффити в российском обществе скорее нет. Мнение молодежи о граффити отличается от мнения представителей других возрастных групп, но не настолько значительно, чтобы подобные рассуждения имели под собой реальную почву.

*Второй вывод.* Отношение к граффити среди представителей молодежи относительно неоднородно. Детально анализируя ответы респондентов в возрасте 18-29 лет, мы обратили внимание на то, что молодые люди с разной комбинацией социально-демографических признаков склонны относиться к граффити по-разному. Примечательно, что влияние в данном случае оказывает лишь ограниченный перечень факторов. И похоже, что в перечне таких факторов отсутствует целый ряд параметров, которые исследователи традиционно относят к важным детерминантам настроений и оценок молодежи. В частности, мы не смогли выявить статистически значимых различий в ответах молодых людей, имеющих высшее образование, и тех, кто такого образования не имеет. Не оказывает значимого влияния на ответы молодых людей и их занятость: судя по полученным данным, работающие молодые люди склонны относиться к граффити так же, как и те, кто постоянной работы не имеет. Иначе говоря, мы можем констатировать именно относительную неоднородность отношения молодых людей к граффити. Молодые люди расходятся в своем отношении к граффити, но перечень факторов, которые влияют на появление расхождений в их стереотипах и оценках, довольно мал.

*Третий вывод.* Отношение молодежи к граффити обладает гендерной спецификой. Роль пола респондентов в их отношении к граффити умеренна, но важна (Таблица). И юноши, и девушки в основном знают, что такое граффити. Сопоставимой оказывается и их готовность признать граффити искусством: вне зависимости от пола, больше половины опрошенных все же не готовы относиться граффити к формам искусства. Однако несколько разным оказывается отношение к необходимости получать разрешение на создание граффити. Респонденты мужского пола реже считают, что создание граффити требует разрешения. И хотя мужчины и женщины расходятся в своих ответах лишь по одному основанию, видно, что пол следует считать одним из тех факторов, влияние которых сказывается на отношении молодежи к граффити.





Рисунок 1. Отношение респондентов к граффити: фактор пола

*Четвертый вывод.* Существенное влияние на отношение молодежи к граффити оказывает интенсивность, с которой молодые люди пользуются Интернетом. Различия в ответах молодых людей с разными уровнями Интернет-активности не радикальны. Но они более системны, чем в случае с фактором пола. Между респондентами мужского и женского пола удалось обнаружить лишь одно существенное расхождение в ответах. В данном же случае разница видна по всем позициям (Рисунок 2). Граффити оказываются более привычным и понятным феноменом для тех молодых людей, которые активно пользуются Интернетом. Им чаще бывает свойственна осведомленность о том, что такое граффити, они чаще относятся к нему как к искусству и реже настаивают на необходимости получать разрешения для его создания. Для тех же, кто не пользуется Интернетом или пользуется им редко, граффити является чем-то менее понятным и привлекательным. Иначе говоря, степень активности использования Интернетом оказывается даже более важным фактором отношения молодых людей к граффити, чем их пол. Впрочем, надо принимать во внимание, что степень Интернет-активности российской молодежи, судя по данным актуальных исследований, непрерывно растет [19, с. 22]. Поэтому не исключено, что молодые люди, которые не пользуются Интернетом или пользуются им редко, вскоре станут в России исчезающе малочисленной группой. Такое развитие событий приведет к снижению значимости этого фактора в формировании отношения молодежи к любым вопросам, в том числе и к граффити.

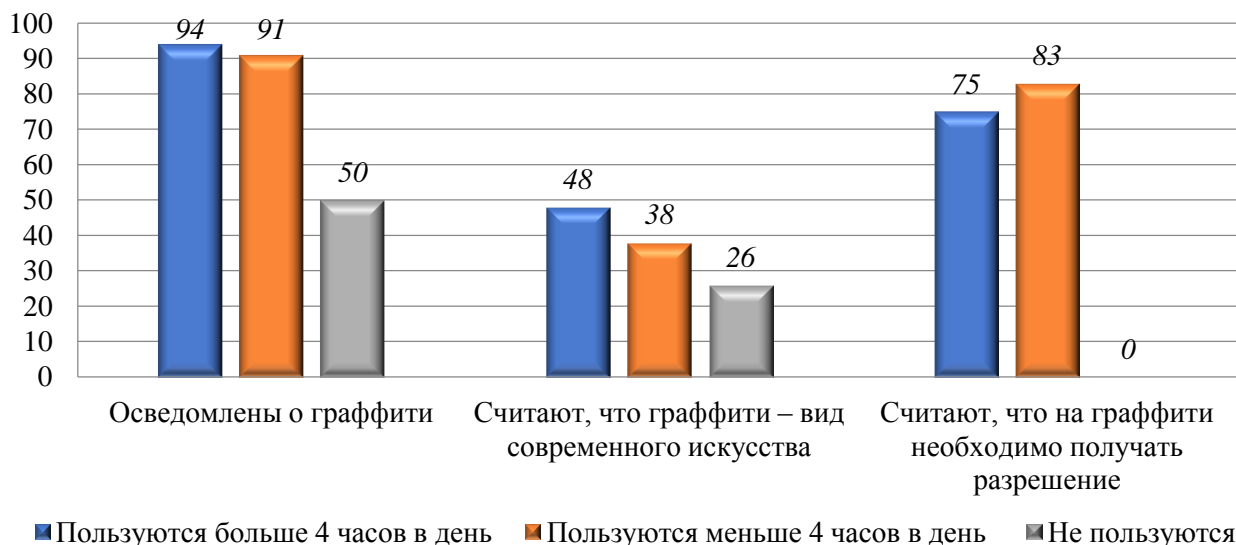


Рисунок 2. Отношение респондентов к граффити: фактор Интернет-активности

*Пятый вывод.* Специфика отношения молодежи к граффити в значительной степени зависит от типа населенного пункта. Как и в предшествующем случае, здесь мы наблюдаем не радикальные, но именно системные расхождения в ответах. Представители молодежи из разных по своей численности населенных пунктов расходятся в ответах не на один вопрос, а сразу во всех аспектах своего отношения к граффити (Таблица). Более лояльный взгляд на данный феномен устоялся в крупных населенных пунктах, мегаполисах. Молодые люди из крупных городов чаще говорят о своей осведомленности о граффити, чаще относятся к нему как к форме искусства и реже считают, что на граффити нужно получать разрешение. Иначе говоря, не будет большим преувеличением утверждение, что чем меньше населенный пункт – тем более негативное отношение к граффити характерно для молодых людей, которые в нем живут. Выявленные расхождения в ответах приводят нас к мысли о том, что специфика населенного пункта оказывает довольно существенное влияние на то, как именно молодые люди относятся к граффити и какие оценки этого явления высказывают.

Таблица.

ОТНОШЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ К ГРАФФИТИ: ФАКТОР НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА

Показатели	Тип населенного пункта				
	1 млн. жителей и больше (%)	От 500 тыс. до 1 млн. жителей (%)	От 100 до 500 тыс. жителей (%)	Меньше 100 тыс. жителей (%)	ПГТ и село (%)
Осведомлены о граффити	96	94	93	85	83
Считают, что граффити – вид современного искусства	54	42	44	37	36
Считают, что на граффити необходимо получать разрешение	71	84	80	89	78

Если обобщить эти разрозненные выводы, то можно отметить, что определенная социальная детерминация отношения российской молодежи к граффити действительно существует. В каком-то смысле молодежь воспроизводит то отношение к граффити, которое устоялось на уровне общества в целом. Именно поэтому ответы молодых людей на вопросы о граффити сопоставимы с теми ответами, которые дают респонденты иных возрастов – они просто попадают в резонанс теми стереотипами и оценками, которые устоялись в обществе в целом. Однако внутри самой молодежи, как показывает наш анализ, сложилось относительно неоднородное отношение к граффити. Выполненный анализ позволяет говорить как минимум о трех значимых факторах, которые влияют на специфику отношения молодых людей к граффити: поле, степени Интернет-активности и типе населенного пункта. Интуитивно мы можем предположить, что могут существовать и какие-то иные факторы, которые способны влиять на отношение молодежи к граффити (например, на это могут влиять ценности молодых людей или профиль их работы). Отсутствие соответствующих вопросов в исходных данных ВЦИОМ, которые легли в основу нашего анализа, мешает нам проверить справедливость этого предположения и оставляет возможность лишь для интуитивных предположений. Однако вне зависимости от того, существуют ли в действительности такие факторы или нет, сам факт социальной детерминации отношения российской молодежи к граффити видится очевидным. Даже при том, что молодежь явно ориентируется на то отношение к граффити, которое устоялось в обществе, ее мнение об этом феномене остается неоднородным и зависит сразу от ряда социально-демографических факторов.

### *Заключение*

Подведем краткий итог проделанной работы. Ключевой целью написания данной статьи послужило наше стремление разобраться в том, какое отношение к граффити устоялось у российской молодежи и какие факторы могли оказать влияние на его формирование. Анализ, выполненный нами в ходе работы, показал, что общее отношение к граффити, которое сейчас устоялось у российской молодежи, является гибким и в целом попадает в резонанс с оценками граффити, которые прослеживаются на уровне российского общества. Какой-то выраженной «молодежной культуры» отношения к граффити в российском обществе, похоже, нет: в ответах молодых людей на вопросы о граффити прослеживаются примерно те же доминанты, что и у представителей иных возрастных групп. При этом анализ показал, что отношение к граффити у российской молодежи имеет отчетливую социальную подоплеку. Это отношение не однородно и зависит как минимум от трех социально-демографических факторов: пола, степени Интернет-активности и типа населенного пункта. Анализ показал, что более лояльное отношение к граффити бывает свойственно мужчинам, жителям крупных городов и тем, кто проводит значительное время в Интернете. Ограниченность исходных данных помешала выяснить, зависит ли это отношение от влияния каких-то иных социально-демографических факторов. Однако вероятность такой зависимости представляется довольно существенной. И поиск подобных факторов, несомненно, представляет собой перспективное направление дальнейших исследований.

*Работа подготовлена в рамках выполнения гранта Российского научного фонда (проект №17-18-01278).*

### *Источники:*

(1). Граффити: искусство или вандализм? Пресс-релиз ВЦИОМ от 14 декабря 2018 г. Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9482> (дата обращения: 25.09.2019)

### *Список литературы:*

1. Ворошилова М. Б. Тема-рематический анализ граффити // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. 2016. № 14. С. 58-67.
2. Грибер Ю.А. Визуальный контекст, провоцирующий граффити // Социальные трансформации. 2016. № 26. С. 26-30.
3. Скорик А.В. Граффити как субкультура вызова и протеста // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2016. № 1 (21). С. 63-69.
4. Пенетова Е.В. Граффити как феномен городской культуры: искусство или вандализм? // Вестник Прикамского социального института. 2016. № 2 (74). С. 89-92.
5. Воротникова А.И., Денисенко К.А., Елисеева В.М. Граффити – искусство или вандализм? // Формирование гуманитарной среды в вузе: инновационные образовательные технологии. Компетентностный подход. 2013. Т. 3. С. 210-215.
6. Волкова Л.А. Вандализм и граффити как одна из форм проявления девиации среди молодежи // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. 2009. № 6-1. С. 120-124.
7. Никитина А.В. "Настенная" поэзия: синтез поэзии и граффити // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. 2018. № 3 (99). С. 94-99.
8. Кондакова М.Ю. Статус граффити в урбанистическом искусстве // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. 2017. № 4. С. 391-394.



9. Кузовенкова Ю.А. Особенности освоения городского пространства сообществами граффити и стрит-арта // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2017. № 4 (33). С. 66-69.
10. Жмурко Р.Д. Граффити как административное правонарушение // Научное обозрение. Педагогические науки. 2019. № 4-2. С. 31-33.
11. Богданов В.П. Граффити и записи на книгах: акт хулиганства или юридический документ? // Преподавание истории в школе. 2018. № 1. С. 26-30.
12. Яненко О.К. Гражданско-правовые аспекты создания и использования граффити // Право и образование. 2016. № 6. С. 165-171.
13. Белкин А.И. Исследование граффити в психологии и интенциональность сознания авторов граффити // Креативная экономика и социальные инновации. 2012. Т. 2. № 1 (2). С. 36-54
14. Грибенщиков К.В. Мотивы молодых людей, пытающихся выразить своё творческое начало через граффити // Аллея науки. 2017. Т. 2. № 9. С. 368-371.
15. Мельникова Е.А. Карьерные траектории граффити-райтеров: трансформируя давление в удовольствие и признание // Журнал социологии и социальной антропологии. 2016. Т. 19. № 1. С. 125-136.
16. Лысакова А.Ю. Ценностно-ориентированное исследование граффити как условие смысложизненного выбора современной молодежи // Colloquium-journal. 2018. № 12-3 (23). С. 60-63.
17. Позднякова Е.А. Проблемы современной молодёжи // Тенденции развития науки и образования. 2018. № 38-2. С. 65-67.
18. Руденкин Д.В., Оболенская А.Г. Диагностика актуальных социальных настроений молодежи: опыт эмпирического анализа // Научный журнал Дискурс. 2018. № 9 (23). С. 64-74.
19. Радаев В.В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15-33.

#### References:

1. Voroshilova, M. B. (2016). Topic and comment analysis of graffiti. *Psycholinguistic aspects of studying speech activity*, 14, 58-67. (in Russian).
2. Griber, Yu. A. (2016). The visual context, causing graffiti. *Social transformations*, 26, 26-30. (in Russian).
3. Skorik, A. V. (2016). Graffiti as a subculture of provocation and outcry. *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*, 1(21), 63-69. DOI: 10.12737/18343 (in Russian).
4. Penetova, E. V. (2016). Graffiti as a phenomenon of urban culture. art or vandalism? *Bulletin of the Prikamsk Social Institute*, 2(74), 89-92. (in Russian).
5. Vorotnikova, A. I., Denisenko, K. A., & Yeliseyeva, V. M. (2013). Graffiti - art or vandalism? *Formation of the humanitarian environment at the university: innovative educational technologies. Competency Approach. Vol. 3*, 210-215. (in Russian).
6. Volkova, L. A. (2009). Vandalism and graffiti as one of the forms of manifestation of deviation among young people. *Psychology and Pedagogy: methodology and problems of practical application*, 6-1, 120-124. (in Russian).
7. Nikitina, A. V. (2018). "Mural" poetry: synthesis of poetry and graffiti. *Bulletin of the Chuvash State Pedagogical University named after I. Y. Yakovlev*, 3(99), 94-99. (in Russian).

8. Kondakova, M. Yu. (2017). Status of graffiti in urban art. *Bulletin of young scientists of the St. Petersburg State University of Technology and Design.*, 4, 391-394. (in Russian).
9. Kuzovenkova, Yu. A. (2017) Use of urban space by graffiti and street art communities. *Bulletin of the St. Petersburg State University of Culture and Arts*, 4 (33), 66-69. (in Russian).
10. Zhmurko, R. D. (2019). Graffiti as a misdemeanor. *Scientific Review. Pedagogical sciences*, 4-2, 31-33.
11. Bogdanov, V. P. (2018). Graffiti and records on books: an act of hooliganism or a legal document? *Teaching history at school*, 1, 26-30. (in Russian).
12. Yanenko, O. K. (2016). Civil aspects of creation and use of graffiti. *Law and education*, 6, 165-171. (in Russian).
13. Belkin, A. I. (2012) The study of graffiti in psychology and the intentionality of consciousness of the authors of graffiti. *Creative Economics and Social Innovations*, 1(2), 36-54. (in Russian).
14. Gribenshchikov, K. V. (2017). Motives of young people trying to express their creativity through graffiti. *Alley of science*, 9 (2), 368-371. (in Russian).
15. Melnikova, E. A. (2016). Graffiti writers' career trajectories: transforming pressure into pleasure and recognition. *Journal of Sociology and Social Anthropology*, 1(19), 125-136. (in Russian).
16. Lysakova, A. Yu. (2018). Value-oriented research of graffiti as a condition for the meaning of a life choice of modern youth. *Colloquium-journal*, 12-3 (23), 60-63. (in Russian).
17. Pozdnyakova, E. A. (2018). Problems of modern youth. Trends in the development of science and education, 38-2, 65-67. (in Russian).
18. Rudenkin, D.V., & Obolenskaya, A.G. (2018). Diagnostics of actual social moods of youth: the results of empirical analysis. *Discourse*, 9(23), 64-74. (in Russian).
19. Radaev, V. V. (2018). Millennials compared to previous generations: an empirical analysis. *Sociological research*, 3, 15-33. <https://doi.org/10.7868/S0132162518030029> (in Russian).

Работа поступила  
в редакцию 18.10.2019 г.

Принята к публикации  
23.10.2019 г.

---

Ссылка для цитирования:

Руденкин Д. В., Оболенская А. Г. Детерминанты отношения российской молодежи к граффити: опыт вторичного анализа данных ВЦИОМ // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. №11. С. 333-342. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/48/42>

Cite as (APA):

Rudenkin, D., & Obolenskaya, A. (2019). Determinants of Opinion About Graffiti of Russian Youth: Results of Secondary Analysis of VCIOM Data. *Bulletin of Science and Practice*, 5(11), 333-342. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/48/42> (in Russian).