

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2019, №2, Том 10 / 2019, No 2, Vol 10 <https://sfk-mn.ru/issue-2-2019.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/27SCSK219.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Швиндт У.С. Стрит арт как способ выстраивания диалога с жителями города (на примере 4-х административных районов г. Екатеринбург) // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2019 №2, <https://sfk-mn.ru/PDF/27SCSK219.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Shvindt U.S. (2019). Street art as a way to engage city residents in dialogue (on the example of 4 Yekaterinburg administrative districts). *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 2(10). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/27SCSK219.pdf> (in Russian)

УДК 316.7

ГРНТИ 04.51.51

**Швиндт Ульяна Сергеевна**

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет», Екатеринбург, Россия

Аспирантка кафедры «Прикладной социологии»

E-mail: [uliana\\_s@list.ru](mailto:uliana_s@list.ru)

## **Стрит арт как способ выстраивания диалога с жителями города (на примере 4-х административных районов г. Екатеринбург)**

**Аннотация.** Статья посвящена анализу коммуникативных возможностей и особенностей стрит арта, которые раскрываются автором на примере анализа уличного искусства г. Екатеринбург, а именно его 4-х административных районов. Первые три части статьи имеют теоретический характер. Первая часть помогает разобраться с терминологией стрит арта и содержит описание видов объектов уличного искусства. Вторая часть статьи знакомит с главной особенностью стрит арта – способностью затрагивать актуальные социальные, философские, политические, экологические и др. проблемы. Также приводятся примеры работ известных мировых уличных художников – Banksy (Бэнкси), Thrashbird, Dran и Agon Noga. В третьей части в общих чертах рассматриваются особенности и развитие стрит арта в Екатеринбурге, приводятся примеры произведений некоторых местных уличных художников, наиболее известными из которых являются Тимофей Радя и Слава ПТРК. Две другие части статьи основаны на проведенном исследовании, представляющем собой контент-анализ объектов стрит арта 4-х районов Екатеринбурга. В одной части подробно описывается процедура проведенного исследования, состоящая из двух частей – картографирования объектов и непосредственно проведения контент-анализа. Наконец, в последней части статьи приводятся результаты исследования: анализируется специфика стрит арта именно как способа выстраивания диалога с жителями города. Автор приходит к выводу, что, несмотря на то что городское пространство Екатеринбурга наполнено объектами стрит арта с низким коммуникативным потенциалом (это так называемые тэги, небольшие граффити), на данный момент прослеживается и иная тенденция: активного развития уличного искусства Екатеринбурга, появления все большего числа работ, затрагивающих определенные общественные проблемы, а потому вовлекающих широкую аудиторию – простых городских жителей, прохожих – в диалог.

**Ключевые слова:** стрит арт; современное искусство; граффити; мурал; объекты уличного искусства; Екатеринбург; фестиваль «Стенография»; коммуникация

Стрит арт (пер. «уличное искусство») – это феномен, вокруг которого сложилось множество мнений (как теоретиков этой области, так и самих уличных художников) относительно того, в каких рамках его рассматривать. Многие считают, что к стрит арту можно отнести все объекты уличного изобразительного искусства, но также и видеопроекты (имеются в виду транслируемые видео на стенах зданий города), флешмобы, перформансы, выступления уличных музыкантов [1, с. 104]. Другие исследователи и сами уличные художники полагают, что стрит арт – это вид именно изобразительного искусства, а значит воздействует на человека через зрительное восприятие, а сами произведения имеют предметную (материальную) форму и не изменяются во времени и пространстве, за исключением случаев естественной порчи и гибели. В настоящей статье стрит арт рассматривается как вид именно изобразительного искусства во многом потому, что такие произведения, будучи неизменными во времени и пространстве, в большей степени поддаются фиксации и последующему анализу.

Понятие стрит арта необходимо рассматривать в двух плоскостях, отражающих наиважнейшие особенности этого феномена. С одной стороны, стрит арт имеет ярко выраженную урбанистическую направленность, поскольку важно учитывать, что стрит арт – это вид искусства, реализуемый в городе и вписанный в городское пространство. И здесь возникает ряд важных вопросов: в городе какого типа существуют и могут существовать объекты уличного искусства, как объекты распределены в пределах всего городского пространства, какие проблемы возникают в результате появления нового объекта и т. д. Так или иначе важно учитывать, что стрит арт – это вид изобразительного искусства (как будет считаться в данной статье), отличительной особенностью которого является ярко выраженный урбанистический стиль [2]. С другой стороны, к уличному искусству также применимо еще одно понятие – «современное». Современное искусство обычно понимают как восходящее к модернизму или уже (в условиях сегодняшних реалий) к постмодернизму. Исследователь современного искусства, кандидат искусствоведения Д.Ю. Семенов [3, с. 58] отмечает, что постмодерн связан не только с «размыванием» классических границ традиционного изобразительного искусства – графики, скульптуры и живописи, но и освоением искусством принципиально новых для него пространств, выходом в другую среду, которая традиционно с ним не ассоциировалась.

Новаторство в использовании художественных техник и приемов (число которых оказывается неограниченным), «выход» самих произведений в иное, городское, пространство [3, с. 58], превращение традиционного музея в музей под открытым небом с практически неограниченным числом экспонатов – объектов и, как следствие, их доступность для каждого, а также обращение к совершенно новым идеям и концептам – эти особенности позволяют говорить о стрит арте как о современном искусстве. С одной стороны, эти идеи затрагивают актуальные явления современных реалий, проблемы социальной, политической, культурной и т. д. направленности. Эта особенность очень хорошо видна в работах уличных художников: своими произведениями они рассказывают уникальную историю, пытаются обратить внимание на проблемы окружающей жизни. С другой стороны, сами объекты стрит арта иногда не транслируют вообще ничего, оказываются пустыми ввиду отсутствия какой-либо идеи (при этом отсутствие идеи – это тоже своего рода идея, своей провокационностью позволяющая отнести такие объекты к современному искусству). Речь в данном случае идет о так называемых тэгах – именах или прозвищах уличных художников, написанных в особом, присущем данному художнику или команде художников, стилю. Ж. Бодрийяр [4] в работе «Символический обмен и смерть» отмечает, что эти тэги, которые впервые начала оставлять на поверхностях города

молодежь в американских городах в начале 70-х гг. 20 в., представляли собой попытку выражения собственного я, признания, что «я существую, меня зовут так-то, я с такой-то улицы, я живу здесь и теперь». Эти тэги именно в силу своей бессодержательности (вместо этого обладающие только формой), пустоты (это были просто чье-то имена, не более) и стихийности противостояли недетерминированности, замене реальности копиями – симулякрами, царящими в современном городе, и в каком-то смысле возвращали реальности реальность [4]. В настоящей статье, таким образом, стрит арт рассматривается как вид современного урбанистического искусства.

В понимании феномена стрит арта важным аспектом является взаимодействие художника и аудитории – жителей, которые являются неотъемлемой частью города. Это обусловлено тем, что уличные художники зачастую создают свои работы для зрителей, поскольку одной из основных характерных особенностей стрит арта является направленность на аудиторию, на контакт с ней. Таким образом в большинстве случаев происходит коммуникация. Получается, что стрит арт – это вид искусства, намеренно или ненамеренно призывающий зрителя к диалогу, и он в равной степени невозможен как без художника и его деятельности по преобразованию пространства, так и без своей аудитории. Сама специфика коммуникации между уличным художником и зрителем уникальна и очень сильно отличается от коммуникации между художником, чья работа выставлена в музей, и аудиторией этого музея. Основными особенностями этой коммуникации являются, во-первых, ее осуществление не в музейном, а городском пространстве, во-вторых, ее навязываемый зрителю, обязательный характер (объекты уличного искусства уже существуют и для жителей нет никакой возможности их избежать в своих передвижениях по городу) и, наконец, «обращение стрит арта к неподготовленному зрителю» [5, с. 210] (посещая музей, человек оказывается готовым к просмотру произведений и к определенной рефлексии, а человек, идущий по городу, «застается врасплох» стрит артом, особенно если видит объект в первый раз).

Идея о том, что стрит арт – это специфичная форма коммуникации между художником и зрителем, подтолкнула на проведение контент-анализа объектов уличного искусства Екатеринбурга (с предварительным использованием картографического метода). Исследование проводилось применительно к 4-м административным районам Екатеринбурга. Цель исследования заключалась в том, чтобы выявить специфику стрит арта Екатеринбурга и на основе этого определить, в какой степени он располагает к коммуникации со зрителем и каков характер этой коммуникации. Само исследование (картографирование, не контент-анализ) проводилось в течение февраля и марта 2019 г. Важно также иметь в виду, что поскольку стрит арт – это крайне подвижный вид искусства (в том смысле, что объекты, как правило, очень недолговечны и быстро исчезают с поверхностей города), результаты исследования сильно зависят и сильно «привязаны» к временному периоду его проведения.

Теоретической основой исследования выступила концепция активной аудитории (преимущественно С. Холла), согласно которой аудитория не просто бездумно потребляет информацию, но и сама участвует в выборе контента, который ей наиболее всего интересен [6]. В случае со стрит артом аудитория, несмотря на то, что, как было отмечено выше, сталкивается с «навязанностью», «обязательностью» этого искусства, сама выбирает, как относиться к нему, реагировать на него и какие действия предпринимать (имеется в виду решения избавиться от стрит арта – закрасить его, а таких «закрашенных домов» в Екатеринбурге очень много). В данном случае концепция активной аудитории выступала предпосылкой, позволяющей в принципе рассматривать стрит арт как форму коммуникации. Концепция подсказывает, что активную позицию занимает как инициатор коммуникации – художник, так и реципиент [6], который активен, хотя бы потому, что участвует в этой коммуникации, и это участие подтверждается описанной выше спецификой стрит арта – о том, что стрит арт – искусство, которое создается для зрителя и так или иначе всегда «заставляет» его как-то реагировать.

Кроме того, в исследовании использовалась также схема коммуникации Г. Лассуэлла, представляющая собой наиболее базовую схему передачи сообщения в теории коммуникации.

Настоящая статья состоит из пяти частей: первая часть «виды объектов уличного искусства» помогает разобраться с терминологией, что было необходимо для проведения исследования; во второй части говорится о самой важной особенности уличного искусства – способности затрагивать важнейшие общественные проблемы, для подтверждения чего приводятся конкретные примеры; в третьей части в общих чертах говорится об уличном искусстве Екатеринбурга, а также приводятся некоторые примеры известных в городе работ и художников; четвертая часть включает в себя полное описание процедуры исследования; в пятой части излагаются результаты исследования.

### Виды объектов уличного искусства

Говоря об уличном искусстве, важно определиться с тем, какие виды произведений можно выделить. Во-первых, объектами стрит арта могут выступать граффити – изображения и надписи на стенах и других поверхностях, выцарапанные или выполненные краской, чернилами<sup>1</sup>. Художник, или райтер (от англ. write – «писать»), не ограничен в выборе инструментов и может использовать весь имеющийся в его распоряжении технический материал (краска, аэрозольный баллончик, маркер, трафареты и т. д.). Также граффити-райтер не ограничен и в выборе направления и стиля, которых сегодня существует целое множество. Среди направлений граффити можно выделить, к примеру, тэггинг (о котором уже было сказано ранее), бомбинг (граффити на транспорте, как подземном так и наземном, – экстремальное направление, так как часто рисунок создаётся в процессе движения), скретчинг (нанесение рисунка или текста с помощью острого предмета на стекла) и др.; среди стилей – «bubble letters» (использование дутых букв, похожих на пузыри), «blockbusters» (большие, широкие и в основном трехмерные буквы), дикий стиль (старательно подобранный рисунок с проработанным контуром и сочетанием цветов), свободный стиль (стиль без ограничений) и др.<sup>2</sup>

Во-вторых, объектами стрит арта могут также выступать постеры и плакаты, представляющие собой листы любого размера, состоящий из двух главных элементов – изображения (рисунки, фото, 3D-графика и т. д.) и надписи.

Стикер-арт – еще один вид уличного искусства. Стикеры представляют собой нарисованные художником наклейки, которые он клеит на столбы, городской транспорт, доски объявлений, стены, фасады домов. Как правило, стикеры совсем небольшого размера, они недолговечны и портятся вследствие плохой погоды [7]. Пример стикера можно увидеть на рис. 1.

Автор этой работы – екатеринбургский художник Udmurt – некоторые свои работы (в том числе эту) посвящает маленьким детям, помещая их на уровень их роста, то есть довольно низко от земли, что делает их практически невидимыми для взрослых [8]. Его работы недолговечны, но, по словам самого художника, они и создаются для того, чтобы дети смогли забрать их себе [8].

---

<sup>1</sup> См. граффити портал, посвященный уличному искусству: <http://vivacity.ru/stili-graffiti>.

<sup>2</sup> С подробным описанием всех направлений и стилей граффити можно ознакомиться, посетив портал, посвященный уличному искусству <http://vivacity.ru/>.



**Рисунок 1.** Пример стикера в уличном искусстве (фото принадлежит сообществу *udmurt* социальной сети «ВКонтакте») (URL: [https://vk.com/public\\_udmurt](https://vk.com/public_udmurt))

Еще одной разновидностью объектов уличного искусства являются скульптуры и инсталляции. Инсталляция (от англ. installation – установка) представляет собой определенный набор предметов, композиционно объединенных общей идеей [9]. Так, например, уличный художник из Португалии Артур Бордало известен своими инсталляциями животных, которые он создает из мусора и металлических обломков, крепящихся к стенам зданий, в результате чего фигура получается объемной<sup>3</sup>. Скульптура несколько отличается от инсталляции и представляет собой предмет, который имеет объемную форму и изготавливается из определенного материала [9]. Разница между этими понятиями небольшая и сводится к такому фактору как однородность/разнородность материалов – первое характерно для скульптуры, второе – для инсталляции [9].

И, наконец, последней разновидностью произведений стрит арта выступают муралы (от англ. mural – фреска) – довольно большие по размерам объекты, нанесенные на какую-либо поверхность. Муралы отличаются от граффити не только размерами (так как это понятие относительное), а скорее тем, что если в граффити делается упор на изображении слов, фраз, рисунков (основная цель при этом в том, чтобы оставить что-то от себя, как от художника, рассказав при этом о своем существовании), то муралы передают нечто символическое, нередко в них содержится некий скрытый смысл, метафизика, персонажи, образы, а зачастую и четкие послания или просто настроение<sup>4</sup>. Мурал в отличие от граффити транслирует какой-то код, он обращен не сам в себя (как граффити), а вовне, к аудитории. Данные изображения имеют много общего (и поэтому так названы) с классическими фресками, на которых были изображены различные сцены из жизни или мифологии (то есть которые обладали кодом, содержанием, историей)<sup>4</sup>.

В зависимости от цели, которую преследует художник, обычно выбирается та или иная форма стрит арта и создаются те или иные разновидности объектов. К примеру, для выражения своей социально-политической позиции, протеста уличные художники чаще рисуют граффити

<sup>3</sup> Уличное искусство из мусора и металлолома – образы животных Артура Бордало. URL: <https://camlabs.org/11085-ulichnoe-iskusstvo-iz-musora-i-metalloloma-obrazy-zhivotnykh-artura-bordalo>.

<sup>4</sup> Что такое Мурал (Mural). URL: <http://что-такое.net/что-такое-mural-mural/>.

и клеят постеры. А, например, муралы, сюжеты которых, как правило, не содержат никакого политического и протестного послания и которые зачастую создаются легально, рисуют, чтобы продемонстрировать свое мастерство как художника, а также «разбавить» серость и мрачность улицы/района/города, наполнив их чем-то эстетически привлекательным, ярким, но также и чтобы вовлечь зрителя в диалог, предложить ему задуматься над различными философскими и др. вопросами.

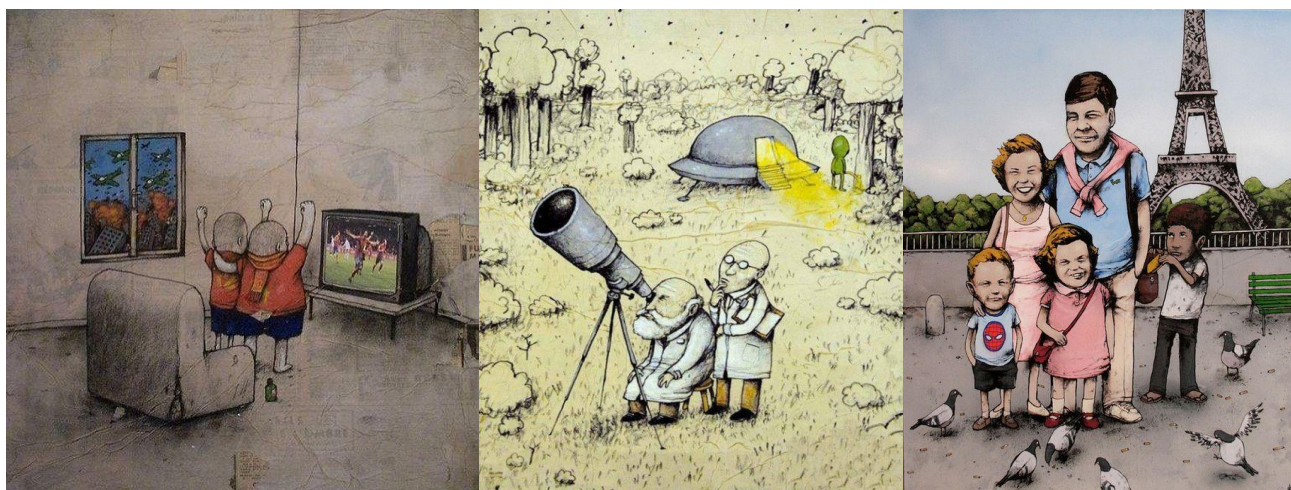
### Стрит арт как отражение актуальных общественных проблем

Стрит арт – это вид современного искусства, произведения которого часто транслируют актуальные идеи, отражающие проблемы социальной, политической, культурной, духовной направленности. Можно привести некоторые примеры, иллюстрирующие такой характер посланий уличных художников. Пожалуй, самая известная фигура в этом отношении – английский художник Banksy (Бэнкси). Отличительной особенностью его манеры граффити-райтинга является так называемая трафаретная техника (stencil art) [10], представляющая собой создание небольших, чаще всего черно-белых изображений. Его работы не просто остросоциальны, они провокационны, поскольку напрямую, как правило, без метафор и аллегорий, выражают протест против чего-либо и в довольно жесткой манере указывают на тех, кого стоит винить в глобальных или локальных проблемах. Как правило, это, конечно, государственные и политические деятели, представители крупных корпораций, а также он осуждает и отдельные феномены – все возрастающее неконтролируемое потребление, коррупция, половая и расовая дискриминация, жадность и глупость людей и др. Так, например, рассуждая о градоустройстве и состоянии городов, Бэнкси заявил следующее: «<...> испорченные маленькие людишки <...> каждый день выходят на улицу и уродуют <...> город. <...> Они вторгаются в сообщества и заставляют людей чувствовать себя грязными и использованными. Они просто берут, берут, берут и ничего не возвращают. Они подлые и эгоистичные и делают этот мир безобразным. Мы называем их рекламными агентствами и градостроителями» [11]. В 2015 г. Бэнкси организовал временный проект Dismaland (Парк потрясений), чтобы пролить свет на одну из наиболее серьезных проблем человечества – сверхпотребление. В Парке были представлены разные художественные работы – картины и инсталляции – известных современных художников (в том числе, конечно, его самого), равнодушных к проблеме потребления. Название Парка отсылало посетителей к воспроизведению и переосмыслению идеологии парка развлечений [12]. Основная концепция проекта заключалась в идее анти-Диснейленда, в создании пародии на него, как на один из главных символов мирового потребления [12]. Надо сказать, что работы Бэнкси зачастую встречают практически однозначно положительную реакцию со стороны простого населения – жителей городов. Так, например, Э. Янг отмечает, что когда в 2006 г. в Бристолле член Совета консервативной партии выступил за то, чтобы уничтожить одну из работ Бэнкси, было получено ходатайство с петицией в размере около 3-х тысяч подписей против этой акции [13]. В конце концов, работу решили оставить, что свидетельствует об интересе и равнодушии аудитории к работам художника и данному виду искусства.

Художник из Лос-Анджелеса, создающий работы довольно сатирического характера под псевдонимом Thrashbird, тоже озабочен проблемой бесконтрольного потребления. В 2018 г. в пустыне штата Орегон на заброшенной промзоне он установил несколько масштабных объектов из старых обветшалых бетонных плит. Их он представил в виде дизайнерских сумок известных модных домов – Gucci, Chanel, Louis Vuitton и др., сравнив их, благодаря выбранному месторасположению, с пылью, мусором и разрушением. По мнению художника, консюмеризм, который воспринимается как показатель благополучия, ведет к возникновению

среды, где «вещи и социальный статус становятся важнее, чем родственные и дружеские связи»<sup>5</sup>.

Французского уличного художника Dran часто сравнивают по остроте поднимаемых проблем и провокационности работ с Бэнкси. Тем не менее, манера их исполнения более шутивная и более метафоричная по сравнению с работами Бэнкси. Он тоже в своем творчестве затрагивает сразу множество проблем: состояние экологии, коррупция, потребление и коммерциализация, виртуализация отношений и др. Но все же больший акцент он делает на обличении человеческих пороков – жадности и лицемерия, чрезмерного любопытства и распушенности, глупости и эгоистичности. Одна из самых интересных тем в работах Dran – трансляция того, как люди закрывают глаза на разные проблемы, не замечая очевидных вещей и оставаясь равнодушными (рис. 2).



**Рисунок 2.** Работы уличного художника Dran.

(источник материала: <https://www.pinterest.ru/pin/327848047868214469/>)

Однако понятно, что за этими простыми сюжетами на самом деле скрываются глобальные проблемы, на которые мы, люди, постоянно закрываем глаза: в первом случае – это проблема войн и насилия, во втором – экологической катастрофы, в третьем – нищеты и беспризорничества.

Российский уличный художник Agon Noga очень популярен в мире уличного искусства благодаря своим работам-стикерам. Они имеют не столь ярко выраженный философский характер, как произведения, рассмотренные ранее, однако не лишены смысла и определенного «призыва». Своими работами-стикерами, на которых Agon Noga размещает какую-то емкую надпись, используя каждый раз один и тот же шрифт (благодаря которому его работы очень легко узнать), он вызывает жителей города на прямой диалог. Надписи, придуманные им, говорят: «Осторожно дети легко ломаются» или «Ну вот нашел ты смысл жизни и чего»<sup>6</sup>. При этом они лишены знаков препинания и заглавных букв, и зритель сам должен додумать смысл сообщения. На некоторых работах художник специально оставляет свободное место, чтобы зритель мог написать свой ответ, тем самым участвуя в коммуникации с художником и в создании объекта искусства.

<sup>5</sup> Художник Thrashbird превратил руины в дизайнерские сумки. URL: <https://style.rbc.ru/repost/5b3a08b09a79477be2a98a40>.

<sup>6</sup> См. «Живой журнал» художника Agon Noga <https://agon-noga.livejournal.com/>.

### Обзор уличного искусства Екатеринбурга

Говоря об уличном искусстве Екатеринбурга, следует отметить, что это – город, в котором стрит арт активно развивается. Уже сегодня Екатеринбург называют столицей российского уличного искусства. Некоторые объекты стрит арта Екатеринбурга тоже имеют ярко выраженный остросоциальный, острополитический и философский характер, что во многом связано с именами таких художников, как Тимофей Радя, Слава ПТРК и Илья Мозги. Тимофей Радя<sup>7</sup> сегодня считается наиболее социально ангажированным российским уличным художником [14]. В 2014 г. он в виде рекламного щита создал объект, в котором отправил властям послание, направленное против введения российских войск в Украину. Место для объекта было выбрано не случайно: художник разместил его возле резиденции Полномочного представителя Президента РФ в УрФО. Еще одна сильная, как в плане визуального исполнения, так и медийного освещения, работа этого художника изображает пирамиду, построенную из полицейских щитов, на которую воздвигнут царский трон [14] (рис. 3).



*Рисунок 3. «Стабильность». Автор: Тимофей Радя  
(фото принадлежит веб-сайту художника <http://t-radya.com/>)*

Этот объект назывался «Стабильность» и представлял собой временную инсталляцию. В данном случае Радя противопоставил стабильность, представленную в виде пирамиды, как одно из главных достижений существующего на сегодняшний день политического режима [15], и саму форму презентации работы – это был временный объект, который разрушался от малейшего дуновения ветра. Посыл художника понятен: как бы доминирующий политический дискурс не пытался обозначить существующий режим стабильным, его все равно едва ли можно назвать таковым, а скорее – шатким и неустойчивым.

<sup>7</sup> Произведения художника представлены на его официальном сайте <http://t-radya.com/>.



Слава ПТРК тоже известен своими работами, поднимающими социальные проблемы<sup>8</sup>. Созданный им портрет патриарха Кирилла с копилкой в голове (рис. 4), стал одной из самых обсуждаемых работ автора в 2010 г. [16].



**Рисунок 4.** «Патриарх Кирилл». Автор: Слава ПТРК (фото принадлежит сообществу PTRK социальной сети «ВКонтакте» (URL: [https://vk.com/photo-46625107\\_294893881](https://vk.com/photo-46625107_294893881)))

В 2015 г. он создал произведение «Страна возможностей», которое просуществовало совсем недолго. Эта инсталляция была создана из костылей и тростей на фасаде заброшенной больницы в Екатеринбурге. По словам художника, этот проект посвящен «<...> тем, кто по каким-то причинам не может соответствовать бешеному ритму наших городов, тем, кто не может или не хочет быть наглым и сильным, тем, кому сложно выживать в нашей недружелюбной и жесткой среде, тем, кто годами терпит отношение к себе нашего государства <...>, тем, кто отличается от других, но заслуживает равного отношения. Это не вы с костылями, это наша страна вся состоит из костылей и подпорок» [17]. Кроме того, Слава ПТРК активно взаимодействует с аудиторией, причем не только посредством своих остросоциальных работ, но и в социальных сетях, в частности во «ВКонтакте». Выставив в своей группе серию работ «Одиночество», он призывает подписчиков поучаствовать в придуманной игре – найти крохотные рисунки из этой серии во всем городе [18].

Еще один художник Александр BLOT изобразил на одном из деревянных домов Екатеринбурга Дон Кихота. Такой сюжет был выбран художником неслучайно. BLOT показывает, как он интерпретирует деятельность уличных художников: в работе он сравнивает их с рыцарем идальго, несущим в мир добро, но при этом всегда находящимся в борьбе [19]. Интересно отметить, что на улице, где располагается объект, есть еще несколько подобных деревянных домов, которые особо полюбили художникам, впоследствии разместившим там свои произведения. Все потому, что во время создания первого объекта жителям других домов так понравилась идея и сам рисунок, что они обратились к художникам с просьбой разрисовать и их дома в том числе [19].

<sup>8</sup> Некоторые работы художника можно посмотреть на сайте, посвященном уличному искусству: <http://vivacity.ru/slava-ptrk>.

Этот пример с муралами, созданными художниками на поверхностях нескольких деревянных домов Екатеринбурга, является не единственным, когда городское население продемонстрировало столь положительное отношение к уличному искусству. В 2015 г. известный итальянский уличный художник Mr. Thoms оставил на торце Коляда-театра в Екатеринбурге граффити в своей характерной абстрактно-шутливой манере (рис. 5).



*Рисунок 5. Граффити на здании Коляда-театра в Екатеринбурге. Автор: Mr. Thoms (фото принадлежит автору статьи)*

Через год служба городского благоустройства распорядилась закрасить это произведение. Это намерение вызвало большой общественный резонанс, зачинщиком которого выступил сам руководитель театра Н. Коляда, высказавшись о своем протесте против акции. Мнение Коляды заставило высказаться остальных заинтересованных в сохранении работы жителей, многие из которых в социальных сетях выразили и свой протест [20]. Нужно отметить, что подобный резонанс не оставил властей равнодушными, и в конце концов фреску решили не закрашивать, оставив ее на том же месте.

Екатеринбург – это также город, в котором стремительно развивается такое направление популяризации уличного искусства, как фестиваль. Во время проведения фестиваля уличные художники со всего мира совершенно легально могут создавать свои объекты на выделенных городскими властями площадках. С помощью них некоторые улицы и районы города могут преобразиться до неузнаваемости, полностью поменять свой облик, а сам город при этом стать привлекательным для туристов со всего мира. Существующий уже более 10 лет фестиваль уличного искусства «Длинные истории Екатеринбурга» насчитывает около 50 реализованных проектов<sup>9</sup>. Главные задачи фестиваля, которые успешно решаются на протяжении последних лет, заключаются в интеграции современного искусства в городской контекст, а также эстетизации городской среды<sup>10</sup>. Фестиваль «Длинные истории Екатеринбурга» – это серия объектов, которые создаются исключительно на бетонных заборах, огораживающих какие-либо объекты. Каждый раз при создании объекта учитывается специфика таких заборов, а именно разделение их на ячейки, которые служат художникам своеобразным подобием кадров

<sup>9</sup> «Длинные истории Екатеринбурга» представляют искусство на заборах города. URL: <https://www.ekburg.ru/news/19/9294-dlinnye-istorii-ekaterinburga-predstavlyat-iskusstvo-na-zaborakh-goroda/>.

<sup>10</sup> См. официальный сайт Государственного центра современного искусства (ГЦСИ): <http://www.ncca.ru/innovation/shortlistitem?slid=18&contest=9&nom=4&winners=true>.

– комикса или фильма, что в результате и превращает объект в историю, рассказываемую прохожим<sup>10</sup>.

Самым известным фестивалем стрит арта в Екатеринбурге является фестиваль «Стенограффия» – ежегодное мероприятие (организованное в 2010 г.), которое проводится при поддержке Администрации города<sup>11</sup>. Важно то, что «Стенограффия» – фестиваль всероссийского (а не только городского) масштаба, ежегодно привлекающий лучших как мировых, так и местных уличных художников, создающих произведения на предварительно объявленную тему<sup>11</sup>. По произведениям, создаваемым в рамках «Стенограффии», с недавнего времени начали проводиться экскурсии. По словам кураторов, такая довольно редко встречающаяся практика возникла по инициативе посетителей фестиваля, которые захотели ближе познакомиться с объектами, как и с уличным искусством в целом [21, с. 39].

### Процедура исследования

Таблица 1 представляет собой кодификатор, который был использован при проведении контент-анализа объектов уличного искусства Екатеринбурга.

Таблица 1

#### Кодификатор контент-анализа специфики стрит арта Екатеринбурга

Категория	Значение категории	Единицы счета
I. Вид стрит арта	1. Граффити	
	2. Постер, плакат	
	3. Стикер	
	4. Мурал	
	5. Скульптура, инсталляция	
II. Характер стрит арт объекта	1. Надпись	
	2. тэг	
	3. Тэг + объект	
	4. Абстрактный объект	
	5. Конкретный объект	
	6. Надпись + абстрактный объект	
	7. Надпись + конкретный объект	
III. Содержание, идейность стрит арт объекта	1. Не несет ничего, никакой идеи	
	2. Транслирует исключительно эстетический посыл	
	3. Несет в себе протест против чего-либо	
	4. Несет в себе социальную, философскую и др. проблематику	
IV. Посыл властям, государству	1. Есть	
	2. Нет	
V. Принадлежность к фестивалям	1. Есть	
	2. Нет	
VI. Видимость объекта	1. Объект находится в зоне общей видимости	
	2. Объект находится в скрытом от общей зоны видимости месте	
VII. Административный район города	1. Верх-Исетский	
	2. Железнодорожный	
	3. Ленинский	
	4. Чкаловский	

*Разработано автором*

Остановимся на некоторых элементах кодификатора более подробно. Значение категории «Надпись» предполагает смысловую, содержательную надпись (в отличие от тэга,

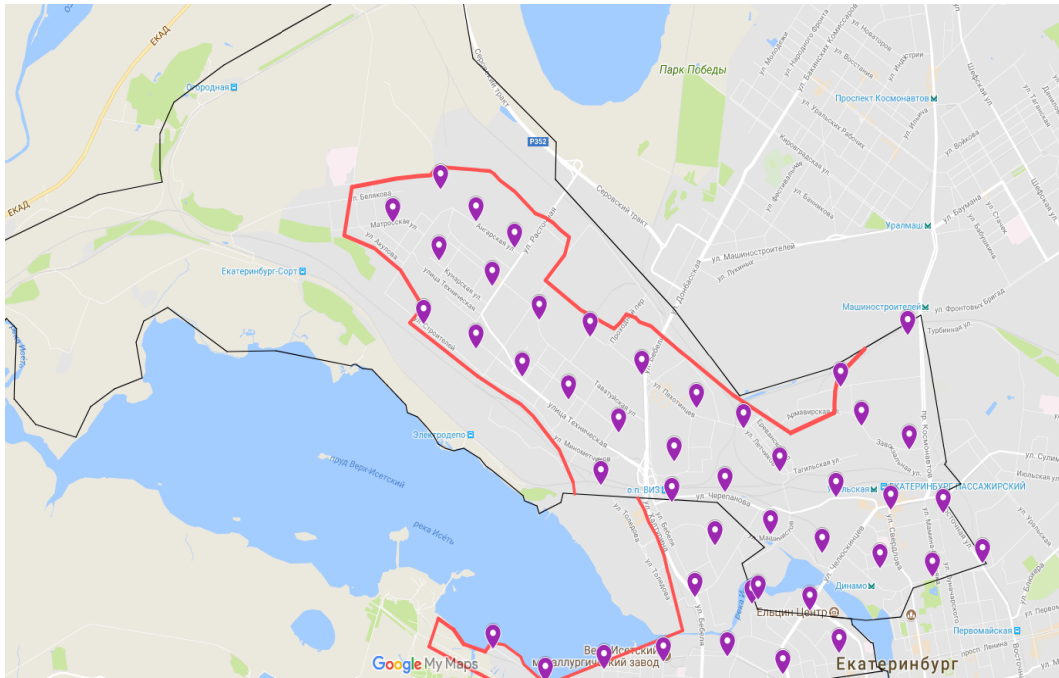
<sup>11</sup> См. официальный сайт фестиваля «Стенограффия»: <http://stenografkia.ru/about/>.

представляющего собою просто имя/прозвище художника). Значение категории «Тэг + объект» – это сочетание в одном объекте как тэга, так и какой-то конкретной детали, символа (смайлика, сердечка, цветов и т. д.). «Абстрактный объект» – это объект, не имеющий какого-то содержания, представляющий собой абстракцию: черточки, геометрические фигуры, колор-блоки, узоры и т. д. «Конкретный объект», напротив, поддается пониманию – это может быть как примитивный символ (смайлик, например), так и целая картина с конкретными предметами, понятными зрителю. «Надпись + конкретный объект» и «Надпись + абстрактный объект» – это сочетание объекта и содержательной надписи, которая подкрепляет изображение, позволяет его лучше понять. Значение категории «Объект находится в зоне общей видимости» предполагает, что объект находится в таком месте, которое не скрыто от взгляда, а также траекторий передвижения большого числа потенциальных зрителей. Речь идет об улицах, магистралях. Значение категории «Объект находится в скрытом от общей зоны видимости месте», наоборот, предполагает, что объект либо недоступен взгляду большого числа зрителей (в кустах, за деревьями, на земле под камнями – если объект маленького размера), либо находится в месте, через которое не проходят траектории передвижений (дворы, тем более закрытые, арки во двор и т. д.). В столбце «Индикатор» фиксировались непосредственно анализируемые объекты.

Екатеринбург состоит из 7 административных районов, а в настоящем исследовании было проанализировано уличное искусство 4-х районов: Верх-Исетского, Ленинского, Железнодорожного и Чкаловского. Это можно наблюдать в кодификаторе (таблица 1) в категории «Административный район города». При этом если первые два представляют собой более развитые районы, то Железнодорожный и Чкаловский – районы, периферийные в смысловом отношении, и менее развитые. Ввиду того, что объектов уличного искусства в Екатеринбурге очень много, исследование было не сплошное, а выборочное, и выборка была смоделирована с помощью использования картографического метода. С помощью программы «Google Карты»<sup>12</sup> сначала в каждом анализируемом районе были отмечены все объекты с фестиваля «Стенография», которые сохранились на сегодняшний день (предварительно было проверено, что сохранилось, а что – нет). Такое решение было принято, чтобы определиться с отправной точкой размещения объектов, необходимых для анализа. Этой отправной точкой послужили именно объекты с фестиваля «Стенография» потому, что этот фестиваль в мире уличного искусства Екатеринбурга – некий «маячок», стойко ассоциирующийся с самим феноменом стрит арта в городе. После размещения на электронной карте объектов с фестиваля «Стенография» из них (в каждом районе отдельно) был взят какой-то один (любой) объект и от него отмерено определенное расстояние (в зависимости от площади района это могло быть от 600 до 900 м) и отмечен следующий объект для проверки, где гипотетически (в идеале) должен быть расположен этот следующий объект. Затем от этого объекта на таком же расстоянии был отмечен следующий объект и т. д. При этом на выбранном расстоянии от отдельно взятого объекта должно располагаться как минимум два других объекта. То есть если, к примеру, между объектами должно быть расстояние в 700–800 м, достаточно, чтобы не вообще все окружающие для данного объекты были на расстоянии в эти 700–800 м, а всего два. На рис. 6 показан фрагмент карты с отметками объектов (фиолетовым цветом). Граница всего района (в данном случае на рисунке показан Железнодорожный район) обозначена тонкой линией черного цвета. Однако как можно заметить, на рисунке еще есть красная толстая линия. Она огораживает ту часть района, в которой есть объекты (именно внутри нее поэтому и находятся отметки) и отсекает ту часть, где их нет (это леса, железнодорожные пути, окраинные промзоны, коттеджные поселки, частные сектора и т. д.).

<sup>12</sup> Карта доступна по адресу:

[https://drive.google.com/open?id=13wI6QdxFvWa\\_Ned4hGJYXuXjozuBNUYW&usp=sharing](https://drive.google.com/open?id=13wI6QdxFvWa_Ned4hGJYXuXjozuBNUYW&usp=sharing).



*Рисунок 6. Фрагмент карты с отметками объектов уличного искусства (разработано автором)*

Отдельно стоит вернуться к объектам со «Стенографии», с которых начиналось построение карты отметок, и сказать, что, естественно, не все объекты фестиваля попадали в выборку. В каждом районе один из объектов «Стенографии» просто служил начальной отметкой, а уже дальше они могли либо попадать в выборку (если их расположение совпадало с расположением новой отметки), либо нет.

Следующим шагом после того, как на карте были расставлены отметки во всех четырех взятых для анализа районах, стала проверка (с прогулками по городу) реального наличия в данных точках каких-либо объектов. То есть, таким образом, как уже было сказано, первоначальная расстановка отметок на карте представляла собой моделирование того, как в идеале должны быть расположены объекты. В ходе проверки в том случае, если объект действительно существовал в том месте, где сделана отметка (другими словами, совпадал с идеальным расположением на карте), эта отметка с данным объектом сохранялась (для последующего анализа), а если же нет, то осуществлялся поиск ближайшего к отметке объекта. После этого отметка на карте перемещалась, но остальные отметки оставались нетронутыми. Надо сказать, что такая замена в ходе исследования происходила не часто, а передвижения отметки происходили в среднем всего на 30–50 м.

В каждом районе в итоге было отмечено от 40 до 49 объектов (в Верх-Исетском – 44 объекта (24,7 % от общего числа объектов), в Железнодорожном – 40 (22,5 %), в Ленинском – 49 (27,5 %) и в Чкаловском – 45 (25,3 %) объектов). Всего, таким образом, объем выборки составил 178 объектов уличного искусства. Необходимо отметить, что некоторые отмеченные точки могли включать одновременно несколько объектов стрит арта (например, два тэга на одной трансформаторной будке, несколько граффити на заборе и т. д.), и в этом случае для анализа бралось не больше трех объектов в одной точке. Стоит также сказать, что на этапе проверки каждый объект был сфотографирован с той целью, чтобы затем проводить контент-анализ.

Следующим шагом исследования стал непосредственно контент-анализ. Приведем несколько примеров, как именно он проводился. На рис. 7 изображен один из объектов, который был проанализирован.



*Рисунок 7. Объект «Панды». Фото принадлежит автору статьи*

Используя ранее приведенный кодификатор, можем сказать о данном объекте следующее: это мурал (так как он занимает стену целого жилого дома, то есть это большой по размерам объект, и также несет в себе код – как эстетический, так и социально-экологический); по характеру он представляет собой надпись + конкретный объект (в верхней части объекта есть надпись «природа ближе»); он несет в себе в данном случае экологическую проблематику (художник призывает обратить внимание, что природа в лице вымирающих животных – панд, которые по крайней мере считались таковыми в период создания работы – в 2014 г., ближе к человеку, чем он думает, что человек при этом сам часть природы, а значит должен бережнее к ней относиться); не несет посыл властям, государству; создан в рамках фестиваля «Стенография»; находится в зоне общей видимости; расположен в Ленинском районе.

Приведем еще один пример. На рис. 8 изображен объект Железнодорожного района, попавший в выборку.



*Рисунок 8. Один из объектов (тэгов)  
Железнодорожного района (фото принадлежит автору статьи)*

В данном случае объект представляет собой граффити; по характеру это тэг; он не несет ничего, никакой идеи и в том числе лишен эстетической составляющей (хотя вопрос эстетики спорный и это в принципе не тот фактор, которым определяется искусство, будем иметь в виду, что, как уже упоминалось, тэги – максимально пустые как по смысловому, так и по

эстетическому содержанию виды объектов уличного искусства, создаваемые, как правило, с целью заявления художника о себе); не транслирует посыл властям; не создан в рамках фестивалей; находится в зоне общей видимости; расположен в Железнодорожном районе.

### **Специфика уличного искусства Екатеринбурга и определение его коммуникативных особенностей (на примере 4-х районов)**

Результаты проведенного контент-анализа показали, что 75,8 % всей выборочной совокупности – это граффити. 21,3 % объектов составили муралы; 1,7 % – стикеры; 1,1 % – скульптуры и инсталляции; постеров и плакатов не оказалось вообще. В данном случае можно сделать вывод, что подобная ситуация вполне предсказуема потому, что граффити – это действительно наиболее часто встречающийся вид уличного искусства, он не требует серьезных художественных навыков и материалов (в отличие от мурала и инсталляции, например) и также, как правило, не транслирует серьезную общественно значимую идею (в отличие, к примеру, от мурала и постера, плаката). Но при этом немаловажно и то, что пятая часть всех объектов – муралы, которые как раз, наоборот, требуют и серьезных художественных навыков, и зачастую транслируют важные общественные идеи.

Анализируя характер объектов уличного искусства Екатеринбурга, можно отметить, что 48,3 % объектов содержат тэги; 35,4 % – конкретные символы/мотивы; 9,6 % – надпись вместе с конкретными символами/мотивами. Объектов, содержащих тэг с рисунком, абстракцию и надпись, оказалось совсем немного (соответственно 3,9 %, 2,2 % и 0,6 %). И также вообще не оказалось объектов, содержащих надпись + абстракцию.

57,9 % проанализированных объектов стрит арта вообще не содержат никакой идеи и в том числе лишены эстетики. Во многом это связано с тем, что большая часть объектов – граффити и, в частности, тэги. Однако при этом все же почти треть объектов (29,2 %) транслирует посыл, правда исключительно эстетический (другими словами, представляют собой красивую/милую/украшающую окружающее пространство картинку). И 12,9 % объектов транслируют какую-то важную общественно значимую идею.

Что касается послыла властям, государству, ситуация получилась однозначной: ни один из объектов не бросает вызов власти и вообще не затрагивает политических вопросов. И данная ситуация вполне объяснима: российский и, в частности екатеринбургский стрит арт – не до конца свободный вид искусства, так как очень большое значение имеет само содержание работ. Е. Трубина, сравнивая два фестиваля уличного искусства двух разных городов – Екатеринбурга и Нижнего Новгорода – приходит к довольно печальному выводу, что в Екатеринбурге стрит арт, создаваемый в рамках фестиваля «Стенография», в отличие от стрит арта Нижнего Новгорода, вместо того чтобы оспаривать и подрывать существующее положение дел, выражать протест, в большей степени «работает на» узаконивание этого положения дел и обслуживает ключевых экономических и политических игроков [15]. Понятно, что никаким городским управляющим не понравится изображение или надпись, обличающие власть или призывающие обратить внимание на проблемы, которые являются актуальными для страны или отдельного города. Такие объекты, как правило, долго «не живут». Вот почему многие произведения упомянутого выше Тимофея Ради (в том числе и его «Пирамида»), который часто бросает вызов властям, уничтожаются незадолго после того, как появляются в очередной точке города. Кроме того, громким примером этому является случай, произошедший четыре года назад, когда в Екатеринбурге прошла рекламная акция с использованием приемов стрит арта «Заставь чиновника работать». На городских дорожных ямах появились изображения чиновников Екатеринбурга, которые давали предвыборные обещания отремонтировать дороги, но ничего в итоге не сделали (Пронина 2014). Несложно догадаться, что эта акция встретила

неодобрение властей города, и они сразу же распорядились избавиться от рисунков. Но что интересно, так как акция вызвала у жителей города большой ажиотаж, власти были вынуждены убрать не только рисунки, но и ямы [22], что свидетельствует еще и о том, что стрит арт в некоторых случаях выступает для населения реальным способом обратить внимание на какую-то проблему.

В рамках фестивалей уличного искусства («Стенограффии» и «Длинных историй Екатеринбург») выполнено 19,1 % проанализированных объектов. 80,9 % объектов выполнено вне рамок фестивалей. Подобная ситуация продиктована тем, что фестивали в сфере уличного искусства – событие довольно редкое и исключительное. И, несмотря на то, что Екатеринбург – город, который славится фестивалем «Стенограффия», большая часть работ, конечно, все равно создается без привязки к нему, свободно, в зависимости от желания и порыва художника.

Также было выявлено, что объектов, находящихся в зоне общей видимости, примерно в полтора раза больше, чем объектов, скрытых от взгляда и траекторий передвижения большинства жителей (61,2 % и 38,8 % соответственно). И здесь ситуация довольно интересная. Понятно, что тэги и небольшие малоинформативные рисунки часто создаются художниками во дворах, на скрытых трансформаторных будках, на гаражах в закоулках и т. д. Однако и объекты с фестиваля «Стенограффия» и просто объекты, транслирующие код – эстетический или смысловой, проблемный, тоже могут быть спрятаны от всеобщего обозрения. Получается, что в этом случае имеет место своего рода дискриминация – по критерию возможности/невозможности приобщиться к уличному искусству. Действительно, очень много объектов той же «Стенограффии» создаются как бы для отдельных категорий лиц: жителей конкретного двора/дома, посетителей больниц (так как на территории некоторых как раз расположены объекты с фестиваля), работников офисов (это также нередко встречающаяся практика – создавать объекты во дворах офисных зданий), подопечных детских домов, работников промзон и т. д. Таким образом, несмотря на то что объектов, доступных всем, оказалось несколько больше, прослеживается одновременно и другая тенденция: прятать объекты, оставляя их доступными для отдельных категорий лиц.

Все проанализированные объекты расположены в том или ином административном районе городе. При этом каждый район включает разное число, во-первых, объектов-тэгов, во-вторых, объектов, представляющих собой небольшие по размеру рисунки, не несущие какой-то идеи, но при этом в некоторых случаях не лишённые эстетики, и, в-третьих, «серьезных» фресок, которые либо выполнены особо высокохудожественно, либо еще и при этом транслируют определенную идею. Так, анализ показал, что в Верх-Исетском районе большее количество тэгов, чем в других районах (61,4 % от всех объектов Верх-Исетского района). В Железнодорожном и Чкаловском районе больше, чем в двух других районах, маленьких неинформативных рисунков (25 % и 24,4 %). В целом же по двум этим показателям (количество тэгов и маленьких рисунков) разница по районам не столь велика. А вот что касается числа «серьезных» фресок, здесь разница существеннее. Наибольшее их число зафиксировано в Ленинском районе (38,8 %), что сильно отличается от их числа в Верх-Исетском (18,2 %), Чкаловском (17,8 %) и Железнодорожном (15 %) административных районах. Напомним, что Ленинский район – это более центральный, развитый район Екатеринбурга. И действительно, тенденция тяготеет к тому, что высокохудожественные муралы, транслирующие общественно значимую мысль, в большей степени сконцентрированы в центральной части города. Ближе к окраинам, промзонам, маргинальным районам расположены объекты, как правило, представляющие собой тэг или небольшой неинформативный рисунок. Однако, конечно, есть и немало исключений. Даже объекты «Стенограффии» часто создаются в таких отдаленных районах, но тем не менее в центре их больше.



Далее проанализируем объекты уличного искусства Екатеринбурга (4-х районов) на предмет того, обладают ли они коммуникативной составляющей и каков характер этой составляющей. Каждая категория контент-анализа (см. таблица 1) и полученные данные отвечают на определенный вопрос, связанный с коммуникативными особенностями стрит арта. Категория «вид стрит арта» позволяет сделать вывод о коммуникативном потенциале объектов уличного искусства Екатеринбурга; «характер стрит арт объекта» – о явном/скрытом характере коммуникации; «содержание, идейность объекта» – об информационной составляющей объектов; «посыл властям» – о получателе сообщения (властные структуры или простые жители города); «принадлежность к фестивалям» – об организации и об охвате коммуникации; «видимость объекта» – об охвате коммуникации.

Коммуникация имеет место тогда, когда, согласно базовой схеме процесса коммуникации Г. Лассуэлла, есть отправитель сообщения, само сообщение, канал, по которому оно передается, получатель сообщения и обратная связь, то есть определенная реакция получателя. Граффити, которых среди видов объектов оказалось больше всех (учитывая также, что большая часть граффити – тэги), обладают значительно более низким коммуникативным потенциалом, чем муралы (которые по количеству на втором месте после граффити). В случае с граффити (в частности тэгами) отсутствует такой важный элемент из схемы коммуникации, как сообщение. Как таковым сообщением тэги не являются, тем более они не являются тем сообщением, которые предполагают обратную связь получателя. Как уже было отмечено, тэги и не создаются с целью построения диалога со зрителем, но с целью заявления художника о себе, отвоения права на город и даже больше – на свое собственное «я». Другая часть граффити (помимо тэгов) – это небольшие рисунки, часто – символы (смайлики, сердечки, звездочки и т. д.), которые лишены идеи, но при этом в некоторых случаях не лишены эстетики. Вот здесь уже есть сообщение, которое, правда, лишено информационной составляющей (идеи), но в некоторых случаях не лишено эстетики (правда, скорее той эстетики, которая заставит прохожего улыбнуться при виде милой/приятной картинки). Коммуникация в данном случае есть, но, беря во внимание, что таких эстетичных рисунков среди граффити в целом немного, получается, что коммуникативный потенциал у них невелик. Зато муралы, число которых, правда, значительно меньше, обладают высоким коммуникативным потенциалом: они содержат код – либо эстетику, либо идею, либо то, и другое. Это значит, что велика вероятность того, что зрителя может привлечь такая работа, что и заставит его задуматься о содержании работы, о том, что хотел донести автор.

Сообщение в процессе коммуникации может иметь явный, а может иметь скрытый характер. Говоря о характере стрит арта, стоит напомнить, что объектов с конкретной фигурой/символом/сюжетом оказалось больше всего (помимо тэгов, которые вообще не являются сообщением, адресованным аудитории). Конкретный объект – это как раз то сообщение, которое в большинстве случаев имеет явный характер (то есть изображены предметы, не абстрактные, позволяющие понять и осмыслить идею, сюжет). Таким образом, в большинстве случаев сообщение художника доступно с точки зрения содержания, а значит нет барьеров для коммуникации.

Затрагивая вопрос информационного потенциала коммуникации между художником и зрителем, обратимся к категории «содержание, идейность объекта». Было выявлено, что большинство объектов не транслирует идеи и ярко выраженный эстетический код. Сюда как раз относятся тэги и граффити, представляющие собой рисунки-символы – неинформативные и малоэстетичные. Понятно, что эти объекты лишены информационного потенциала. Затем по количеству следуют объекты, обладающие только эстетикой, но лишённые идеи. Их информационный потенциал средний, потому что информация в данном случае равна красивой картинке, красивому/приятному для глаза содержанию, которое, возможно, заставляет задуматься о современном искусстве или просто поднимает настроение. И, наконец, последний

вид объектов – те, которые транслируют идею, – обладает высоким информационным потенциалом, потому что сообщает зрителю о какой-то значимой проблеме.

Что касается получателя сообщения, можно отметить, что ни один из проанализированных объектов не был создан специально для представителей властных структур. Все объекты адресованы простому зрителю – случайному прохожему, и не поднимают политических вопросов. Как уже было сказано, ситуация объясняется тем, что в Екатеринбурге всегда довольно быстро исчезают работы, обличающие власть.

Что касается принадлежности объектов к фестивалям, учитывая, что это – редкое и исключительное в мире уличного искусства событие, можно говорить о том, что все-таки достаточно большая (почти одна пятая) их часть была создана в рамках фестивалей. Это позволяет судить, во-первых, об организации самого процесса коммуникации, который приобретает более целенаправленный характер в силу того, что многие специально прибывают в другой конец города, чтобы посмотреть на новый объект, созданный в рамках «Стенограффии». Более того, по объектам «Стенограффии» часто проводятся экскурсии. В связи с этим сам процесс коммуникации организуется не случайным образом (когда человек, передвигаясь по городу, случайно знакомится с объектом), а целенаправленным, основанном на осознанном выборе.

Последний показатель – видимость объекта – свидетельствует об охвате коммуникации. Здесь ситуация довольно проста: объекты, находящиеся в зоне общей видимости, собирают большую аудиторию, чем те, которые скрыты от большинства. Так как большая часть проанализированных объектов 4-х районов Екатеринбурга относится к первой группе, можно сделать вывод, что в целом коммуникация, к которой призывают художники население, стремится к охватыванию как можно большей части аудитории.

### Заключение

Обращенность стрит арта к аудитории, призыв уличных художников к диалогу подтолкнули к тому, чтобы рассмотреть этот вид современного искусства как одну из разновидностей коммуникации. В результате было проведено исследование, которое позволило выявить некоторые характерные особенности уличного искусства Екатеринбурга (на примере 4-х административных районов) – города, представляющего собой пример постсоциалистических городов.

Во-первых, исследование показало, что большинство объектов уличного искусства Екатеринбурга – граффити (и, в частности, тэги), обладающие нулевым или небольшим коммуникативным потенциалом в силу отсутствия направленности на аудиторию. Однако наряду с этим было выявлено немалое количество муралей – наиболее высокохудожественных объектов, обязательно транслирующих какой-то код. Они обладают наибольшим коммуникативным потенциалом, потому что, помимо эстетики, как правило, транслируют важную мысль, предназначенную зрителю.

Во-вторых, коммуникативное намерение авторов – уличных художников Екатеринбурга – в большинстве случаев имеет явный характер, делающий коммуникацию более легкой, а сообщение художника – понятной зрителю. То есть для уличных художников Екатеринбурга в приоритете выбирать конкретные темы, сюжет объектов, чтобы не создавать помех в трансляции своих идей.

В-третьих, информационный потенциал большинства проанализированных объектов невелик, что понятно, если учитывать подавляющее число тэгов. Но все-таки чуть меньше

половины объектов при этом транслируют код – в большей степени эстетический, в меньшей – идейный.

В-четвертых, так как в мире уличного искусства особняком стоят объекты, затрагивающие политические темы, бросающие вызов власти (так как они априори остросоциальны и создаются художниками, стремящимися не просто продемонстрировать свое видение мира, свои идеи, а пытающимися бросить вызов своим протестом), была поставлена задача, выявить, кому предназначаются сообщения художников Екатеринбурга – властям или всему остальному населению. Ни один из проанализированных объектов не затрагивает политических тем, что, однако, не означает, что они вообще не создаются: в случае с Екатеринбургом такие объекты как раз не редкость (это то, чем славятся мастера екатеринбургского стрит арта – Тимофей Радя и Слава ПТРК), но власти, строго контролируя этот вопрос, предпочитают быстро от них избавляться.

В-пятых, довольно большая (одна пятая) доля всех объектов создана в рамках фестивалей – прежде всего «Стенографии», что говорит о возрастающей популярности этого мероприятия в Екатеринбурге, во время проведения которого (а проводится он всего 7 лет) появляется множество новых произведений уличного искусства.

В-шестых, анализ степени охвата коммуникации, к которой призывают художник, создавая свои объекты, показал, что большая часть проанализированных объектов (правда, с небольшой разницей, что позволяет говорить о том, что все-таки существует некоторая доля дискриминации по критерию возможности приобщиться к уличному искусству) открыта, доступна практически всем, а значит в коммуникации потенциально могут участвовать многие зрители – жители города.

Несмотря на тот факт, что городское пространство Екатеринбурга заполнено тэгами и разными малоинформативными рисунками, уже сейчас в Екатеринбурге много по-настоящему высокохудожественных объектов, поднимающих важные проблемы. Более того, уличные художники, создающие сегодня серьезные, глубокие произведения, начинали с этого же самого тэггинга. Таким образом, можно сделать вывод, что уличное искусство в Екатеринбурге находится в состоянии своего активного развития. Во многом, конечно, это связано с тем, что там проводится фестиваль «Стенография» (хотя он и всероссийский, Екатеринбург – его главная площадка). С каждым годом объектов стрит арта в Екатеринбурге становится все больше, и уже сегодня этот город признается столицей российского уличного искусства и может похвастаться уникальными уличными художниками и уникальными, имеющими свою специфику, произведениями.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Bengtsen P. The myth of the “street artist”: A brief note on terminology [Electronic resource] / P. Bengtsen // Street Art & Urban Creativity Scientific Journal. – 2017. – Vol. 3, Iss. 1. – P. 104–105. – Mode of access: [https://www.urbancreativity.org/uploads/1/0/7/2/10727553/journal2017\\_v3\\_n1\\_final2\\_web.pdf](https://www.urbancreativity.org/uploads/1/0/7/2/10727553/journal2017_v3_n1_final2_web.pdf).
2. Онкович А.В. Медиаобразовательный контекст уличного искусства как формы визуальной коммуникации [Электронный ресурс] / А.В. Онкович, А.Д. Онкович // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сб. статей II междунар. науч. конф. (Казань, 24–25 ноября 2016 г.) / Казанский фед. ун-т. – Казань, 2016. – С. 144–149. – Режим доступа: <http://kpfu.ru/portal/docs/F1430240637/sbornik.itogovyj.PDF>.
3. Семенов Д.Ю. Стрит-арт в панораме современного искусства [Электронный ресурс] / Д.Ю. Семенов // Восточно-Европейский научный вестник. – 2015. – №3–4. – С. 58–60. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=27497727>.
4. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть [Электронный ресурс] / Ж. Бодрийяр. – Москва: «Добросвет», 2000. – 387 с. – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Bodr\\_Simv/index.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr_Simv/index.php).
5. Чистякова М.Г. Стрит-арт в контексте вызовов современности [Электронный ресурс] / М.Г. Чистякова // Известия АлтГУ. – 2011. – №2–1. – С. 210–213. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=16853288>.
6. Mcquail D. Communication models for the study of mass communication / D. Mcquail, S. Windahl. – Longman, 1993. – 238 p.
7. Крупец Я. Что такое стикер-арт? Кто клеит наклейки на вагоны метро и дорожные знаки и почему стикеры никогда не появятся на фасаде Эрмитажа [Электронный ресурс] / Я. Крупец, М. Кулева, Н. Васильева // Бумага Медиа. – 2017. – 4 августа. – Режим доступа: <https://paperpaper.ru/sticker-art/>.
8. Касьянова Н. Затопил МКС и спрятал тигра: уличный художник Udmurt делает в Екатеринбурге крошечные инсталляции для детей [Электронный ресурс] / Н. Касьянова // E1.RU. – 2015. – 24 марта. – Режим доступа: [http://www.e1.ru/news/spool/news\\_id-421162.html](http://www.e1.ru/news/spool/news_id-421162.html).
9. Позднякова О. Инсталляция: что это. Гид по искусству инсталляции [Электронный ресурс] / О. Позднякова // Newslab.ru. – 2013. – 29 ноября. – Режим доступа: <http://newslab.ru/article/555859>.
10. Dickens L. Placing post-graffiti: the journey of the Peckham Rock [Electronic resource] / L. Dickens // Cultural Geographies. – 2008. – Vol. 15, Iss. 4. – P. 471–496. – Mode of access: <https://doi.org/10.1177/1474474008094317>.
11. Sliwa M. Exploring narratives and ante-narratives of graffiti artists: beyond dichotomies of commitment and detachment / M. Sliwa, G. Cairns // Culture and Organization. – 2007. – Vol. 13, Iss. 1. – P. 73–82.
12. Костикова А. Тренды отрицания брендов и противостояния массовой культуре как актуальные механизмы креативного потребления [Электронный ресурс] / А. Костикова // Векторы развития современной России. Гуманизм VS постгуманизм: материалы XV междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых (Москва, 22–23

- апреля 2016 г.) / Санкт-Петербург: «Нестор-История», 2016. – С. 281–294. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32604172&>.
13. Young A. Criminal images: The affective judgment of graffiti and street art [Electronic resource] / A. Young // Crime Media Culture. – 2012. – Vol. 8, Iss. 3. – P. 297–314. – Mode of access: <https://doi.org/10.1177/1741659012443232>.
  14. Цыгина Н.А. Контекстуальность как основополагающее свойство уличного искусства [Электронный ресурс] / Н.А. Цыгина // Вестник МГХПА. – 2014. – №1. – С. 295–305. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21246590>.
  15. Trubina E. Street art in non-capital urban centres: between exploiting commercial appeal and expressing social concerns [Electronic resource] / E. Trubina // Cultural Studies. – 2018. – Vol. 32, Iss. 5. – P. 676–703. – Mode of access: <https://doi.org/10.1080/09502386.2018.1429002>.
  16. Чернавских О.С. Стрит-арт в пространстве городской среды Екатеринбурга [Электронный ресурс] / О.С. Чернавских // Человек в мире культуры. – 2017. – №1. – С. 26–30. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29119847>.
  17. Шминке И. «Страна возможностей» ПТРК [Электронный ресурс] / И. Шминке // Уралнаш. Интересно о Екатеринбурге. – 2015. – 25 декабря. – Режим доступа: <https://ural-n.ru/p/strana-vozhnostey-ptrk.html>.
  18. Смольникова Н.С. Стрит-арт как пространство коммуникации и самореализации молодежи в городской среде [Электронный ресурс] / Н.С. Смольникова, А.И. Пьянкова // Молодежь в меняющемся мире: вызовы современности: материалы VII междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 15 апреля 2016 г.) / Уральский госуд. педагогический ун-т. – Екатеринбург, 2017. – С. 150–155. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29162186>.
  19. Говзман М. 17 мгновений стрит-арта Екатеринбурга. Проверь, насколько хорошо ты знаешь «другой город» [Электронный ресурс] / М. Говзман // Моменты. – 2016. – 14 ноября. – Режим доступа: <https://momenty.org/city/i168908/>.
  20. Мельницкий К. Николай Коляда обвинил власти Екатеринбурга в попытке уничтожить шедевр итальянского художника [Электронный ресурс] / К. Мельницкий // 66.RU. – 2016. – 23 августа. – Режим доступа: <https://66.ru/news/society/188448/>.
  21. Кузовенкова Ю.А. Право на город: практики легитимации граффити и стрит-арта [Электронный ресурс] / Ю.А. Кузовенкова // Культура и цивилизация. – 2015. – №4–5. – С. 31–46. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=25098556>.
  22. Пронина Е.Е. Человек и Город: в поисках идентичности [Электронный ресурс] / Е.Е. Пронина // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2014. – №4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1599#1>.

**Shvindt Uliana Sergeevna**

Ural federal university, Yekaterinburg, Russia  
E-mail: uliana\_s@list.ru

## **Street art as a way to engage city residents in dialogue (on the example of 4 Yekaterinburg administrative districts)**

**Abstract.** The article analyzes communicative possibilities and characteristics of street art, which are disclosed by the author on the example of Yekaterinburg street art analysis, particularly its 4 administrative districts. The first three parts of the article have theoretical nature. The first part helps to understand the terminology of street art and contains the description of existing street art objects types. The second part considers the main street art feature consisting in ability to touch upon topical social, philosophical, political, environmental, and other problems. The author also gives the examples of the world famous street artists' works – of such the artists as Banksy, Thrashbird, Dran and Agon Noga. The third theoretical part in general describes the features and development of street art in Yekaterinburg, gives the examples of the works of some local street artists, the most well-known of which are Timofey Radya and Slava PTRK. The rest two parts of the article are based on the conducted research that is the content analysis of street art objects in 4 Yekaterinburg districts. One part in detail describes the conducted research procedure that includes two steps – the mapping of objects and the content analysis itself. Finally, the last part of the article presents the research results: it analyzes the specificity of street art precisely as a way of engaging the city residents in a dialogue. The author comes to a conclusion that, despite the fact that the Yekaterinburg urban space is filled with street art objects having low communicative potential (that are so-called tags, small graffiti), currently we can observe also a different tendency: the active development of street art in Yekaterinburg, the emergence of an increasing number of works that touch upon certain social problems and therefore involve the wide audience – normal city residents, passersby – in a dialogue.

**Keywords:** street art; contemporary art; graffiti; mural; street art objects; Yekaterinburg; festival “Stenograffia”; communication

### **REFERENCES**

1. Bengtsen P. (2019). The myth of the “street artist”: A brief note on terminology. *Street Art & Urban Creativity Scientific Journal*, [online] 1(3), pp. 104–105. Available at: [https://www.urbancreativity.org/uploads/1/0/7/2/10727553/journal2017\\_v3\\_n1\\_final2\\_web.pdf](https://www.urbancreativity.org/uploads/1/0/7/2/10727553/journal2017_v3_n1_final2_web.pdf).
2. Onkovich A.V., Onkovich A.D. (2016). Mediaobrazovatel'nyy kontekst ulichnogo iskusstva kak formy vizual'noy kommunikatsii. [*The media educational context of street art as a form of visual communication.*] Kazan: Kazan Federal University, pp. 144–149. [online] Available at: <http://kpfu.ru/portal/docs/F1430240637/sbornik.itogovyj.PDF>.
3. Semenov D.Yu. (2015). Street art in the panorama of contemporary art. *East European Scientific Herald*, [online] 3–4, pp. 58–60. Available at: <http://elibrary.ru/item.asp?id=27497727> (in Russian).
4. Bodriyyar Zh. (2016). Simvolicheskiy obmen i smert'. [*Symbolic exchange and death.*] Moscow: Dobrosvet, p. 387. [online] Available at: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Bodr\\_Simv/index.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr_Simv/index.php).

5. Chistyakova M.G. (2011). Street art in the context of contemporary challenges. *News of the Altai State University*, 2–1, pp. 210–213. [online] Available at: <http://elibrary.ru/item.asp?id=16853288> (in Russian).
6. Mcquail D., Windahl S. (1993). *Communication models for the study of mass communication*. Longman, p. 238.
7. Paper Media. (2017). *Krupets Ya., Kuleva M., Vasil'eva N. What is sticker art? Who glues stickers on subway cars and traffic signs and why stickers will never appear on the facade of the Hermitage*. [online] Available at: <https://paperpaper.ru/sticker-art/> (in Russian).
8. E1.RU (2015). *Kas'yanova N. Flooded the ISS and hid the tiger: street artist Udmurt makes tiny installations for children in Yekaterinburg*. [online] Available at: [http://www.e1.ru/news/spool/news\\_id-421162.html](http://www.e1.ru/news/spool/news_id-421162.html) (in Russian).
9. Newslab.ru (2013). *Pozdnyakova O. Installation: what is it. Installation art guide*. [online] Available at: <http://newslab.ru/article/555859> (in Russian).
10. Dickens L. (2008). Placing post-graffiti: the journey of the Peckham Rock. *Cultural Geographies*, [online] 4(15), pp. 471–496. Available at: <https://doi.org/10.1177/1474474008094317>.
11. Sliwa M., Cairns G. (2007). Exploring narratives and ante-narratives of graffiti artists: beyond dichotomies of commitment and detachment. *Culture and Organization*, 1(13), pp. 73–82.
12. Kostikova A. (2016). Trendy otritsaniya brendov i protivostoyaniya massovoy kul'ture kak aktual'nye mekhanizmy kreativnogo potrebleniya. [*Trends in brand denial and opposition to popular culture as relevant mechanisms for creative consumption.*] Saint Petersburg: Nestor History, pp. 281–294. [online] Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32604172&>.
13. Young A. (2012). Criminal images: The affective judgment of graffiti and street art. *Crime Media Culture*, [online] 3(8), pp. 297–314. Available at: <https://doi.org/10.1177/1741659012443232>.
14. Tsygina N.A. (2014). Contextuality as a fundamental property of street art. *Bulletin of the Moscow State Art and Industry Academy*, [online] 1, pp. 295–305. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21246590> (in Russian).
15. Trubina E. (2018). Street art in non-capital urban centres: between exploiting commercial appeal and expressing social concerns. *Cultural Studies*, [online] 5(32), pp. 676–703. Available at: <https://doi.org/10.1080/09502386.2018.1429002>.
16. Chernavskikh O.S. (2017). Street art in the space of the urban environment of Yekaterinburg. *Man in the world of culture*, [online] 1, pp. 26–30. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29119847> (in Russian).
17. Uralnash. Interesting about Yekaterinburg (2015). *Schminke I. "Country of Opportunities" ATGM*. [online] Available at: <https://ural-n.ru/p/strana-vozmozhnostey-ptrk.html> (in Russian).
18. Smol'nikova N.S., P'yankova A.I. (2017). Strit-art kak prostranstvo kommunikatsii i samorealizatsii molodezhi v gorodskoy srede. [*Street art as a space for communication and self-realization of youth in an urban environment.*] Ekaterinburg: Ural State

- Pedagogical University, pp. 150–155 [online] Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29162186>.
19. Momenty. (2016). *Govzman M. 17 moments of street art in Yekaterinburg. Check how well you know "another city"*. [online] Available at: <https://momenty.org/city/i168908/> (in Russian).
  20. 66.RU (2016). *Mel'nitskiy K. Nikolay Kolyada accused the authorities of Yekaterinburg in an attempt to destroy the masterpiece of the Italian artist*. [online] Available at: <https://66.ru/news/society/188448/> (in Russian).
  21. Kuzovenkova Yu.A. (2015). The right to the city: the practice of legitimizing graffiti and street art. *Culture and Civilization*, [online] 4–5, pp. 31–46. Available at: <http://elibrary.ru/item.asp?id=25098556> (in Russian).
  22. Pronina E.E. (2014). Man and the City: in search of identity. *Electronic scientific journal "MediaScope"*, [online] 4. Available at: <http://www.mediascope.ru/1599#1>.