

УДК 316.7

А.А. Лукиных**A.A. Lukinykh**

Пермский национальный исследовательский
политехнический университет, г. Пермь, Россия

Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russia

ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ К ГРАФФИТИ

THE ATTITUDE OF THE RUSSIAN POPULATION TO GRAFFITI

В статье рассматривается отношение населения России к граффити как к форме уличного искусства. Анализ проводится с использованием массива, полученного в результате исследования «ВЦИОМ-Спутник». В рамках работы проводится сравнение отношения к граффити разных возрастных групп, а также рассматривается фактор типа населенного пункта проживания респондента.

Ключевые слова: социология искусства, уличное искусство, граффити.

The article examines the attitudes of the Russian population toward graffiti as a form of street art. The analysis is carried out using the array obtained from the "VCIOM-Sputnik" survey. The work compares attitudes towards graffiti in different age groups, and considers the factor of the respondent's settlement type.

Keywords: sociology of art, street art, graffiti.

Непосредственно уличное искусство является одной из форм современного искусства, входящего в проблемное поле социологии искусства. Стрит-арт (пер. с англ. «уличное искусство») представляет собой одну из форм, которую может принимать современное искусство, главная особенность которого заключается в том, что оно определяется не техническими возможностями художника, а идеей, которая должна привлечь внимание зрителя [1]. Уличное искусство и стрит-арт являются тождественными категориями.

В рамках данной работы уличное искусство определяется как форма современного искусства в рамках городского пространства вне конвенциональных площадок (музеев, галерей и т. д.), характеризующаяся открытостью, коммуникативностью, массовостью, несанкционированностью, высокой степенью мобильности. Зачастую граффити рассматривается как часть уличного искусства, его наиболее распространенная форма. При этом уличное искусство включает в себя другие виды (например, муралы, постеры, плакаты, стикеры, скульптуры, инсталляции и т. д.), а граффити не всегда содержит черты художественного высказывания, поэтому необязательно является формой уличного искусства. В связи с этим интерес представляет то, как именно воспринимается и оценивается граффити в общественном сознании.

На данный момент можно назвать три социологических теоретических подхода, детерминирующие цели социологических исследований в сфере уличного искусства [1]:

1) уличное искусство рассматривается исключительно как вид искусства, зачастую через описание трансформации различных его направлений, развития современного искусства и его форм, истории;

2) уличное искусство как часть городской среды и городского пространства, рассматривается его взаимодействие с городской средой, а также проблема джентрификации;

3) наиболее распространенной группой работ является изучение протестных возможностей уличного искусства, рассматриваемых в коммуникативном ключе. Уличное искусство здесь рассматривается как способ, посредством которого уличный художник выражает свою социальную позицию, акцент делается на коммуникативных особенностях уличного искусства, также освещается отношение горожан к уличному искусству.

Исследование отношения к уличному искусству, проведенное в Екатеринбурге в 2020 г., позволяет выделить три группы респондентов по их отношению к граффити [2]:

1) респонденты, воспринимающие уличное искусство как эстетические произведения (38,3 %), форму современного искусства;

2) респонденты, относящие любые формы уличного искусства к вандализму (22,8 %);

3) респонденты, предполагающие, что одно и то же произведение может быть и искусством, и вандализмом (36,4 %).

Как можно заметить, наиболее распространенным типом является «позитивный». Однако важно отметить, что выборочная совокупность не является репрезентативной, присутствует смещение в сторону молодежи, которая составляет большую часть выборки, чем и могут быть объяснены подобные результаты.

Уместным является рассмотрение результатов другого исследования, проведенного в Екатеринбурге в том же в 2020 г. Объектом этого исследования выступила молодежь. Как показал анализ, понятие «уличное искусство» является частью лексикона молодежи, показатель информированности составляет 98 % от числа опрошенных. Также наблюдается положительное отношение к граффити среди молодежи: большинство опрошенных (65 %) отмечает, что граффити и вандализм не имеют между собой ничего общего [3].

Формирование и изменение отношения к уличному искусству определяется многими социокультурными и институциональными факторами, а также

процессами развития искусства в конкретном населенном пункте. В Перми с 2011 г. проводились масштабные культурно-массовые мероприятия в рамках фестиваля «Белые ночи». Одно из исследований было посвящено особенностям восприятия фестиваля уличного искусства его посетителями. Согласно результатам исследования, оценка жителями культурного пространства города происходит в разных категориях, отражающих как советскую культуру (представления о «культурности», организованном досуге и др.), так и постсоветскую культуру (представления об имидже города, современном искусстве и др.) [4].

Период взросления представителей современной молодежи России пришелся на время, когда уличное искусство в целом и граффити в частности начали постепенно превращаться в привычный элемент культурной жизни. Это может выступать основанием проявления лояльности данной возрастной группой к уличному искусству. В этой связи интересным представляется соотношение отношений и представлений об уличном искусстве между социальными группами молодежи и более старшего населения.

Данные опросов жителей Екатеринбурга и Перми отражают отношение к уличному искусству жителей крупных промышленных городов и не характеризуют население России в целом. Для изучения отношения к граффити жителей разных типов населенных пунктов обратимся к данным общероссийского репрезентативного опроса «ВЦИОМ-Спутник», проведенного АО «ВЦИОМ» в декабре 2018 г. [5]. Объем выборочной совокупности – 1600 человек.

Большинство (80,8 %) респондентов информировано о граффити, однако не участвовало лично в их создании. Почти каждый десятый респондент (13,1 %) впервые услышал о граффити во время опроса. Около 5 % респондентов знают о граффити и лично рисовали их. Большая информированность о граффити может быть связана с частым упоминанием данного вида современного искусства в СМИ, интернете, в частности в социальных сетях, где они получают большое распространение. Однако сами граффитчики как субкультура характеризуются закрытостью и высоким порогом входа, ввиду зачастую несанкционированного характера их деятельности, что объясняет их малую распространенность среди выборочной совокупности.

Почти половина опрошенных (45,4 %) относится к граффити нейтрально, считая, что граффити не являются искусством, но такие рисунки могут быть уместны в отдельных случаях. Примерно каждый третий респондент (27,3 %) относится к граффити позитивно, считая граффити видом современного искусства. Почти каждый четвертый респондент (23,9 %) относится к граффити отрицательно, считая, что граффити не имеют ничего общего с искусством. Можно отметить, что распределение ответов среди респондентов близко к нормальному. Нейтральное отношение к граффити как к виду современного искусства

превалирует, что может быть связано с распространением граффити в крупных городах России. Граффити становится неотъемлемой частью городской среды.

Рассматривая связь отношения возрастных групп к граффити, важно отметить присутствие следующей зависимости: чем моложе респондент, тем положительнее он относится к граффити, и наоборот (рис. 1).

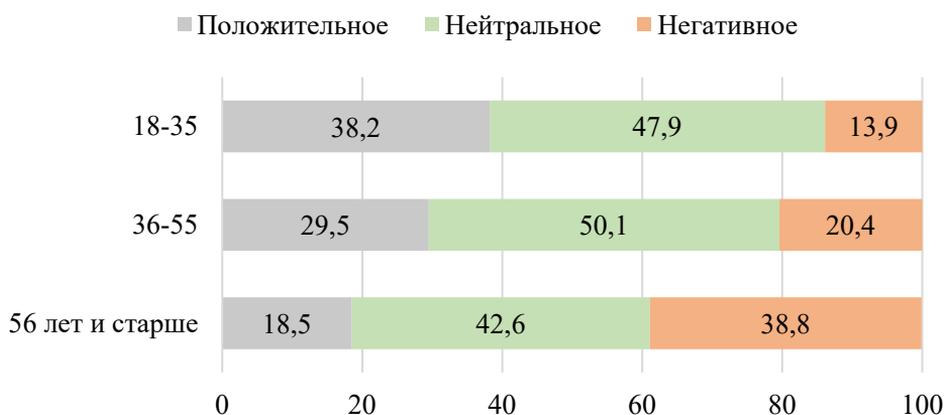


Рис. 1. Отношение к граффити в зависимости от возрастных групп, в % от числа ответивших

Среди возрастных групп 18–35 и 36–55 около половины (47,9 % и 50,1 % соответственно) нейтрально относятся к граффити. Примерно 4 из 10 (38,2 %) респондентов среди молодежи относятся к граффити положительно, среди лиц среднего возраста таких 3 из 10 (29,5%), а среди лиц пенсионного возраста – 2 из 10 (18,5 %). Отрицательно к граффити относится примерно один из 10 (13,9 %) респондентов среди молодежи, среди лиц среднего возраста – 2 из 10 (20,4 %), среди лиц пенсионного возраста – 4 из 10 респондентов (38,8 %). Следовательно, можно говорить о взаимозависимости возраста и отношения к граффити.

Рассматривая связь информированности о граффити и типа населенного пункта, можно отметить, что среди выделяемых групп мало отличий (рис. 2).

Большинство среди всех групп по типам населенного пункта знает о граффити, но лично не рисовало их. Меньшинство среди них лично рисовало граффити. Однако можно отметить, что среди респондентов из малых городов и поселений примерно каждый пятый не знает о граффити, в то время как в крупных и средних городах к таковым относится лишь каждый десятый (8,7 % и 10,0 % соответственно). Следовательно, можно отметить схожесть в уровне информированности среди респондентов из крупных и средних городов, которая характеризуется большей осведомленностью, нежели чем у респондентов из малых городов и поселений.



Рис. 2. Информированность о граффити в зависимости от размера населенного пункта, в % от числа ответивших

Анализируя зависимость отношения к граффити и типа населенного пункта, можно вновь отметить схожесть респондентов из крупных и средних городов (таблица). Положительно относятся к граффити треть респондентов из крупных и средних городов (31,4 % в обоих случаях), тогда как из малых городов и поселков – лишь около четверти (23,5 %). Негативно относится к граффити примерно пятая часть респондентов из крупных и средних городов (17,4 % и 21,5 % соответственно), в то время как среди респондентов из малых городов и поселений – почти треть (33,0 %). Следовательно, можно наблюдать схожесть в отношении к граффити респондентов из крупных и средних городов, которые более положительно относятся к граффити, в отличие от респондентов из малых городов и поселков. Данная тенденция может быть связана с большим распространением граффити в крупных и средних городах, ввиду чего жители чаще сталкиваются с ними, вырабатывают лояльность. Жители малых городов и поселков значительно реже сталкиваются с граффити в своей повседневной жизни. Вероятно, граффити в данных населенных пунктах не институционализированы, имеют низкую художественную ценность, с чем может быть связано более негативное их восприятие.

Исходя из всего вышесказанного, можно отметить взаимосвязь отношения к граффити и возрастной группы респондента: чем моложе респондент, тем положительнее он относится к граффити. Данная тенденция может быть связана с тем, что молодежь является и основным субъектом, и основным объектом граффити, то есть чаще всего граффитчики как субкультура представлены именно молодежью, которая аудиторией своих работ делает молодежь. Также у современной молодежи ввиду специфики социализации, большей распространенности граффити повышается толерантность к ним, в отличие от более старших возрастных групп, которым свойственно более негативное отношение к граффити.

Отношение к граффити в зависимости от типа населенного пункта
(в % от числа ответивших в каждой группе респондентов,
выделенных по месту проживания*)

Отношение к граффити	Тип населенного пункта		
	Крупные города	Средние города	Малые города и поселки
Положительное	31,4	31,4	23,5
Нейтральное	51,2	47,0	43,5
Негативное	17,4	21,6	33,0
Итого	100,0	100,0	100,0

Примечание: Статистическая значимость по критерию хи-квадрат составляет 0,000.

Также тип населенного пункта воздействует на отношение к граффити. Данная тенденция так же может быть объяснена тем, что жители крупных городов чаще сталкиваются с граффити, поэтому эта форма современного искусства им гораздо привычнее, чем жителям малых городов и поселений. Важно отметить и выявленное сходство в отношении к граффити между жителями крупных и средних городов. Вероятно, в данных населенных пунктах граффити одинаково распространены.

В современной социологии уличное искусство и, в частности, граффити наиболее часто рассматриваются с точки зрения коммуникативного подхода, а также их протестных возможностей. Данная форма современного искусства обладает способностью выстраивать коммуникацию как между художниками и аудиторией, так и между жителями определенного населенного пункта.

Для населения России на данный момент более характерно нейтральное отношение к граффити. Лояльность к граффити повышается в связи с их распространением, большей представленностью в СМИ и социальных сетях, а также ростом числа жителей крупных городов. С этими же причинами может быть связана и высокая информированность россиян о граффити.

Среди факторов особенно интересны возраст и тип населенного пункта. Молодежь в рамках данной темы представляет большой интерес, так как она выступает и основным исполнителем граффити (представляет собой субкультуру граффитчиков), и целевой аудиторией. Современная российская молодежь социализировалась в городах, уже «наполненных» граффити, в связи с чем они больше погружены в данную культуру, чем старшие поколения. Также граффити, будучи городской формой искусства, большее распространение имеют в городе, направлены на взаимодействие с городским пространством, а также на его изменение.

Как можно отметить, исходя из данных общероссийских и региональных исследований, молодежь относится к уличному искусству более лояльно, чаще именно среди молодежи встречается позитивное отношение к граффити, а также занимающиеся данным видом деятельности. Таким образом, молодые люди более открыты и восприимчивы к коммуникации с граффити.

Проблема отношения к уличному искусству до сих пор остается малоизученной в отечественной социологии. Дальнейшие перспективы исследования представляют построение типологии населения России по отношению к граффити, а также сопоставление результатов региональных исследований и сравнение ситуации в разных крупных и малых городах России.

Список литературы

1. Швиндт У.С. Стрит-арт: подходы к изучению феномена в социальных и гуманитарных науках [Электронный ресурс] // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2020. – № 23 (1). – С. 125–158. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strit-art-podhody-k-izucheniyu-fenomena-v-sotsialnyh-i-gumanitarnyh-naukah> (дата обращения: 02.09.2023).

2. Швиндт У.С. Стрит-арт в восприятии населения крупного города: социологический анализ: дис. ... канд. социол. наук [Электронный ресурс] // Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. – Екатеринбург, 2021. – 240 с. – URL: https://dissovet2.urfu.ru/pluginfile.php/132/mod_data/content/69492/Диссертация_Швиндт.pdf (дата обращения: 02.09.2023).

3. Руденкин Д.В. Уличное искусство в восприятии российской городской молодежи: проявление творчества или разновидность вандализма? [Электронный ресурс] // Урбанистика. – 2020. – № 4. – С. 61–76. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ulichnoe-iskusstvo-v-voSPIriyatii-rossiyskoy-gorodskoy-molodezhi-proyavlenie-tvorchestva-ili-raznovidnost-vandalizma> (дата обращения: 02.09.2023).

4. Папушина Ю.О. Постсоветский городской праздник и культурность (на материале городского фестиваля искусств «Белые ночи в Перми – 2012») [Электронный ресурс] // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2015. – № 2. – С. 60–72. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/postsovetskiy-gorodskoy-prazdnik-i-kulturnost-na-materiale-gorodskogo-festivalya-iskusstv-belye-nochi-v-permi-2012> (дата обращения: 02.09.2023).

5. ВЦИОМ-Спутник: Граффити: искусство или вандализм? [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=9482> (дата обращения: 26.03.2023).

Сведения об авторах

Научный руководитель – **Бурова Ольга Аркадьевна**, старший преподаватель кафедры социологии и политологии, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: olgabu@mail.ru

Лукиных Алена Андреевна – магистрант, гуманитарного факультета, кафедры социологии и политологии, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: lukinykh.alena@gmail.com

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Вклад автора: 100 %

Получена: 27.09.2023

Одобрена: 29.09.2023

Принята к публикации: 02.10.2023

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом: Лукиных, А.А. Отношение населения России к граффити / А.А. Лукиных // *Master's Journal*. – 2023. – № 2. – Art. № 10.

Please cite this article in English as: Lukinykh A.A. The Attitude of the Russian Population to Graffiti. *Master's Journal*, 2023, no. 2, art. no. 10.