

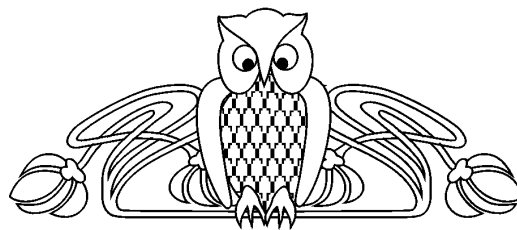


УДК 316.4

ГРАФФИТИ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ГОРОДА (КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОДХОД)

Е. В. Маисеева

Курганский государственный университет
E-mail: KrohaSorti@mail.ru



В статье рассматривается граффити как средство коммуникации в современной среде провинциального города. Раскрыто несколько подходов к дефиниции граффити, приведены базовые классификации, которые стали основой для ранжирования и анализа эмпирических данных исследования.

Ключевые слова: граффити, коммуникация, районы города.

Graffiti of Provincial Town (Approach of Communication)

E. V. Maiseeva

This article deals with graffiti as a means of communication in the modern environment of provincial town. In this abstract considered some approach of «graffiti» concept, given basic classification, which became of typology foundation and analysis of investigation empirical data.

Key words: graffiti, communication, urban district.

Исследования граффити в России имеют небольшую историю. С 50–60-х гг. XX в. их начинают активно изучать социологи, психологи, историки, культурологи и другие специалисты.

С. А. Высоцкий и А. А. Медынцева видят в граффити источник важных сведений об истории, культуре, письменности и анализируют местонахождение надписей и рисунков, реконструируют социальную принадлежность авторов, классифицируют граффити по тематическим группам, соотносят их коммуникативные задания с назначением средневековых надписей и рисунков¹.

И. И. Толстой рассматривает граффити по хронологии и по тематическому содержанию как явление, научно важное для лингвиста, историка и для культуры вообще².

На сегодняшний день в отечественной науке есть не много диссертационных работ, посвященных проблеме граффити. Основные аспекты исследования в рамках подобных работ – лингвистический, психологический и исторический. В исследовании М. И. Гуарамия дается лингвистический анализ немецких граффити; в работе Н. И. Тюкаевой представлена языковая характеристика адресанта и адресата граффити; в психологическом исследовании И. А. Белкина надписи и рисунки рассматриваются как средство конструирования социокультурной реальности, так называемой психосемиотической системы, формирующей сознание индивидов, попадающих в сферу ее влияния³. Из обозначенного видно, что актуальным на данный момент является изучение социологической составляющей граффити как средства современной коммуникации в условиях города.

Граффити (в контексте исторических надписей единственное число – граффито от итал. *graffito*, множ. *graffiti*) – изображения, рисунки или надписи, выцарапанные, написанные или нарисованные краской или чернилами на стенах и других поверхностях. К граффити относится любой вид уличного раскрашивания стен, на которых можно найти все: от простых написанных слов до изысканных рисунков. Сам термин непосредственно происходит от итальянского глагола *graffiare* – «царапать».

Самые ранние граффити появились в XXX тысячелетии до н. э. Тогда они были представлены в форме доисторических наскальных рисунков и пиктографий, нанесенных на стены такими инструментами, как кости животных и пигменты⁴. Подобные рисунки часто делались в ритуальных и священных местах внутри пещер.

Постепенно сфера распространения рисунков расширилась. Сегодня райтеры соревнуются на создании граффити в наиболее недоступных либо запрещенных местах.

В большинстве стран мира (в том числе и в России) нанесение граффити на чью-либо собственность без разрешения на то ее владельца считается вандализмом и карается по закону.

Появление современного граффити можно отнести к началу 1920-х гг., когда рисунками и надписями помечали товарные вагоны, курсирующие по США. Однако зарождение граффити-движения в современном его понимании связано с деятельностью политических активистов, которые использовали граффити для распространения своих идей.

После обретения повсеместной популярности и относительной законности граффити перешло на новый уровень коммерциализации. В 2001 г. компьютерный гигант IBM запустил рекламную кампанию в Чикаго и Сан-Франциско, в которой были показаны люди, рисующие аэрозольной краской на тротуарах символ мира, сердце и пингвина (пингвин – талисман Linux). Так демонстрировался слоган «Мир, любовь и Linux». Несмотря на это, из-за нелегальности граффити некоторые «уличные художники» были арестованы за вандализм, а компании IBM пришлось выплатить штраф в 120 тыс. долл.

В 2005 г. подобную кампанию запустила корпорация «Sony».

Репутация граффити связана с субкультурой, оппозиционной государственным властям, хотя



политические взгляды разных граффитчиков могут сильно расходиться. Граффити может выражать политическую активность, а может быть одним из средств гражданского сопротивления.

Граффити похоже на гражданский протест людей, выступающих на уличных демонстрациях, – такой же недолговечный, но все-таки эффективный протест.

Защитники воспринимают граффити как способ преобразования общественного пространства или как открытую демонстрацию произведений искусства; их оппоненты считают граффити нежелательной помехой или актом вандализма, которое требует значительных средств на восстановление испорченного имущества. При этом ни те, ни другие не отрицают коммуникативной функции граффити.

Существует множество классификаций граффити, но для анализа в рамках данного исследования были отобраны 6 типологий.

Д. Бушнелл определяет граффити как средство коммуникации молодежной субкультуры, посредством которого молодежные группировки, с одной стороны, осуществляют внутреннюю коммуникацию, с другой – создают коммуникативный барьер между собственным сообществом и остальным миром⁵.

Монография Д. Бушнелла «Московские граффити» посвящена граффити молодежных субкультур и замечательна детальным описанием материала, подавляющая часть которого была собрана в Москве. Для сравнительного анализа привлекались также граффити Санкт-Петербурга и некоторых других городов России. В фокусе исследования – причины массового появления граффити на стенах советских городов, которые автор связывает с фундаментальными социальными изменениями в советском обществе времен перестройки.

Граффити молодежных субкультур, по классификации Бушнелла, включают граффити футбольных фанатов, музыкальные («рок-н-ролльные») и контркультурные.

Основой фанских граффити является эмблема футбольной команды, используемая и в качестве символа поддержки данной команды, и в качестве маркера данной группировки фанатов. Эмблема может быть включена в позитивный или негативный контекст. Существует универсальный набор инструментов, позволяющих придать эмблеме любого спортивного клуба как позитивный, так и негативный смысл. Положительная оценка, к примеру, выражается путем «коронации» эмблемы. Позитивные и негативные коннотации выражаются также с помощью слов, и, наконец, враждующие группировки просто зачеркивают чужие эмблемы и сверху рисуют свою.

В музыкальные граффити входят названия рок-групп, имена певцов и тексты песен. Показательно практически полное отсутствие граффити, связанных с поп-музыкой. Среди рок-граффити

можно встретить надписи почитателей «Битлз», имеющие иногда антимилитаристский характер и сопровождаемые символом пацифика. Значительную часть составляют граффити «металлистов», а также названия групп, играющих альтернативную музыку. Контркультурные, по Бушнеллу, граффити включают символику и слоганы хиппи, панков, фашистов, скинхедов и других молодежных субкультур.

Дж. М. Гэдсби предлагает следующую классификацию существующих подходов к изучению граффити: антропологический, гендерный, количественный, лингвистический, фольклористический, эстетический, мотивационный, превентивный и популярный⁶. В антропологической перспективе граффити рассматриваются как источник информации о том или ином сообществе или этнической группе.

В рамках гендерного подхода изучается отдельный жанр граффити, так называемые *latrinalia* надписи в общественных туалетах, где анонимность и отсутствие наблюдателей создают благоприятные условия «выражению некоторых чувств, для чего неприемлемы практически все остальные средства массовой информации и коммуникативные ситуации»⁷.

Расцвет гендерных исследований граффити приходится на конец 1960 – начало 1980-х гг., когда была написана большая часть работ в этой области. Тот факт, что при анализе *latrinalia*, как правило, можно без труда определить авторов, позволяет сравнивать надписи, принадлежащие женщинам и мужчинам, на предмет гендерных различий в содержании и/или в количестве граффити.

Количественный метод контент-анализа часто применяют для выявления социальных и политических граффити, а также в рамках гендерных исследований. Большинство исследователей располагают статистическими данными, согласно которым мужчины значительно превосходят женщин в производстве граффити, и предлагают различные интерпретации данного факта. Считается, что женщины менее склонны нарушать социальные конвенции, удерживаясь от писания на стенах; другие исследователи связывают отсутствие граффити с фактом курения в женских туалетах, что, по их мнению, выступает заменителем граффити. Однако некоторые исследования не подтверждают этого предположения.

Фольклористический подход делает акцент прежде всего на описании материала. С эстетической точки зрения рассматривается взаимоотношение граффити и профессионального искусства и решается проблема эстетического статуса граффити.

Анализ мотивов производства граффити используется психологами в рамках превентивного подхода, решающего проблему борьбы с граффити, которые рассматриваются как порча общественного имущества.



Ф. Боса и Р. М. Помар предлагают следующую схему тематического корпуса граффити: политические (внешне- и внутривнутриполитические); неполитические (эротические, религиозные, наркотические, музыкальные, скатологические – граффити с употреблением грязных, непристойных слов и изображений, отображающие непристойные стороны человеческой жизни, остальные)⁸.

Д. Козловска представляет современные граффити как феномен культуры постмодернизма, как манифестацию постмодернистского деструктивного и игрового отношения к реальности, снятие оппозиции между частным и общественным, центром и периферией, высоким и низким, искусством и повседневностью. В работе о польских граффити Д. Козловска выделяет следующие тематические группы: метатекстуальные (о граффити, их авторах и месте надписей); экологические и пацифистские; политические и социальные (портреты политиков, «вождей», комментарии к актуальным политическим проблемам, о церкви и религии); молодежные (субкультурные, о наркотиках, о школе), эротические; юмористические; граффити-нонсенс; символические; экзистенциальные, граффити-диалоги, художественные; граффити о поп-культуре.⁹

В. А. Кох предлагает типологию граффити на жанровой основе: слоганы, загадки, афоризмы, лимерики, диалоги, поправки и дописки к рекламе, деталям интерьера или предшествующим граффити¹⁰.

Смешанная классификация, предлагаемая Дж. М. Гэдсби, служит практическим целям общей ориентации в имеющемся материале и включает *latrinalia*, публичные граффити, граффити-подписи и юмористические, а также исторические надписи (графффити предшествующих эпох) и народную эпиграфику (графффити, процарапанные или вырезанные на камне или дереве)¹¹.

Частично одни типологии пересекаются с другими, и только комплексный подход к анализу граффити на основе использования нескольких классификаций позволит сформулировать объективное мнение о состоянии граффити в том или ином регионе, стране.

Можно выделить следующие основные зоны распространения граффити в современных российских городах: улица (стены зданий, подземных переходов, гаражей, таксофонные кабинки, припаркованные автомобили, асфальтовое покрытие во дворах и т. д.); транспорт; подъезды и лестницы (включая двери квартир, почтовые ящики и т. д.); интерьеры публичных (чаще всего учебных) учреждений.

Кроме того, в больших городах существуют так называемые «стены» своего рода галереи граффити, места скопления рисунков и надписей. На таких «стенах» часто рисуют художественные граффити представители различных молодежных субкультур.

Анализ расположения граффити в городе позволил выявить следующие тенденции: высказывания политической направленности, как правило разоблачительного характера (*Ельцин фашист*), чаще всего оставляются на стенах зданий, что можно объяснить стремлением наделить их статусом и функцией лозунга, «политплаката»; высказывания и диалоги на скатологические и сексуальные темы обычно располагаются в туалетах; тексты, напрямую отнесенные к конкретным лицам, чаще всего встречаются на стенах подъездов и лифтов.

Одну из важнейших функций граффити, связанную с публичной природой явления, можно определить как функцию манифестации. Выделяются две группы граффити по характеру содержащейся в них манифестации:

1) граффити, манифестирующие групповые ценности (либо через их утверждение, либо через отрицание ценностей враждебных) и, соответственно, идентифицирующие условного автора как члена данной группы, какой-либо социальной общности, порой достаточно условной. Естественно, что именно надписи такого типа сопровождаются нередко эмблематикой. Это, в первую очередь, так называемые субкультурные граффити (например, музыкальных фанатов: *Рэйв это класс!*, *Витя Цой жив!* и т. п.; спортивных болельщиков определенной команды: *Зенит чемпион!*; *Спартак мясо* и т. п.).

Та же прагматика просвечивает и в политических текстах (*Жида, вон из России!*; *США это фашизм. НБП; Смерть капиталу; Удави горца* и т. п.), авторы которых выражают приверженность или сочувствие политическому движению, направлению, манифестируют свое идеологическое кредо, включающее их в конкретное или предполагаемое сообщество единомышленников;

2) граффити, манифестирующие индивидуальные ценности и таким образом идентифицирующие условного автора как носителя личностных характеристик, как индивидуума. Это и надписи, так или иначе выражающие авторское настроение (*Все дерьмо!*), чувства (*Лена, я тебя люблю!*), оценку кого-либо или самооценку и т. д. К этому же типу относятся все частные послания, авторские стихотворения, индивидуальные автографы-мемории (*Здесь был...*), многие и шуточные надписи и т. д.

Еще две классификации предложены Е. В. Бажковой, М. А. Лурье и К. Э. Шумовым, носят политический оттенок. В рамках первой выделены политграффиты и предвыборные граффити. В рамках второй – фашистские граффити и граффити антифа. Антифа-графффитчики обычно выходят по ночам «чистить город» (закрашивать свастики и фаш-лозунги типа «слава России»). То же (как им кажется) делают фашиграфффитчики.

Еще одна важная функция граффити – коммуникативная. В целом существование граффити



во времени и пространстве можно было бы представить как реализацию особого информационного пространства. Коммуникативная природа граффити проявляется на разных уровнях. С одной стороны, часто они представляют собой диалог, переписку. Граффити может изначально строиться как реплика, обращенная к предполагаемому читателю: условному или вполне конкретному.

С другой стороны, актом коммуникации является и сам факт начертания граффити, ибо, как всякий публичный текст, они обращены к потенциальному читателю, то есть имеют отправителя и получателя. Существует даже попытка классифицировать граффити по типу адресата: для любого, кто прочитает; для принадлежащих к определенной группе; для человека, не известного автору; для самого себя¹².

Эти базисные функции граффити тесно взаимосвязаны. Так граффити, первоначально обозначенные как манифестирующие, выполняют и коммуникативную функцию. В случае нанесения к обозначенному граффити других надписей райтерами осуществляется коммуникация между автором граффити и другими райтерами. Однако и сам граффити-манифест, как и любой другой вид граффити, выполняет функцию коммуникации между райтером и жителями города, представителями власти.

Надо признать, что в последние годы (примерно с середины 1990-х гг.) в общей картине российских городских граффити произошли качественные изменения, что связано с двумя тенденциями: во-первых, доминированием среди прочих функций граффити именно коммуникативной функции (и, соответственно, расширением диалогического потенциала граффити); во-вторых, распространением и универсализацией языка публичных надписей в сфере социального общения. Не последнюю роль в этом сыграло прогрессирующее влияние визуальных форм уличной рекламы: с одной стороны, граффити активно реагирует на рекламные тексты; с другой – реклама все чаще использует стилистику неформальных надписей. Как пример можно привести сознательно ориентированное на эстетику граффити оформление агитационных панно во время президентской предвыборной кампании 1996 г. (с надписями *Голосуй, а то проиграешь!*, *Борис, борись!*, *Ельцин наш президент!*) в качестве стендов, для которых использовались строительные ограждения, деревянные заборы в центре Петербурга, а также конкурс граффитистов, проводившийся одной коммерческой фирмой в рекламных целях.

На фактическом уровне упомянутые изменения сказываются в следующем.

1. Происходит значительное расширение сферы бытования граффити. В застойную и перестроечную эпохи традиционными граффитийными локусами были в основном маргинальные зоны и объекты: заборы и ограждения, будки остановок, тамбуры в поездах, туалеты, места тусовок и по-

стоянного местопребывания молодежи, причем количество записей и изображений, например на школьных партах, было несравнимо меньшим, чем сейчас. В настоящее время ситуация резко переменялась. Чем дальше, тем больше надписей можно встретить на открытых городских пространствах, на внешних стенах и входных дверях домов, на афишных и рекламных щитах, во много раз возросла степень исписанности лестничных пролетов и т. п. Студенты стали писать не только в туалетах, в курилках и на партах, но и на стенах факультетских коридоров. Модификацией граффити являются мини-плакаты, часто компьютерного происхождения, по стилистике и содержанию мало отличающиеся от «нацарапанных», ими увешаны стены классных помещений в современных школах.

2. Максимально расширяется круг публичных текстов, получающих статус реплики в граффитийном диалоге, причем это касается как неформальных надписей, так и официально разрешенных. Ответу подвергаются любые надписи. Для отвечающих важно не столько соотношение содержания ответной реплики с содержанием исходной, сколько сам факт реакции граффити на граффити. Традиция на современном этапе обязывает ее носителей воспринимать всякое написанное слово как реплику и превращать высказывание в диалог, отсюда и натянутость большинства ответных надписей.

Таким образом, современные граффити, утрачивая значение протеста, альтернативности официальной культуре и актуализируя свой диалогический потенциал, максимально расширяют «сферу влияния» в коммуникативной системе современного города: всякое начертанное слово (изображение) интерпретируется как провоцирующая ответ реплика, а совокупность городских плоскостей превращается в сплошное эпистолярное пространство¹³.

Язык граффити стремится стать универсальным кодом городской коммуникации.

В рамках данной статьи хотелось бы осветить некоторые аспекты граффити как визуального средства коммуникации на примере граффити г. Кургана по состоянию на 2010 г.

Перед непосредственной фотофиксацией граффити все районы города были сгруппированы по критерию уровня преступности в них, который наглядно отражен в местных печатных СМИ («Курган и курганцы», «Новый мир», «Меридиан»), в сводках новостей телекомпаний «Регион-45» и Курганской городской телерадиокомпании (КГТРК). Выделены три группы районов: центр города, благополучные районы (Заозерный, Шевелевка, Швейная фирма) и неблагополучные районы (Восточный, Северный, КЗКТ, район Некрасовского рынка).

Для получения более объективной информации о содержании граффити при анализе необходимо основываться на нескольких классификациях. Наиболее подходящими для данной цели



можно считать классификации Ф. Боса и Р. М. Помар, Д. Бушнелла, Дж. М. Гэдсби, Д. Козловска.

Выборочная совокупность сформирована из генеральной совокупности путем отсеивания несодержательных граффити, которые невозможно было отнести ни к одному из типов в рамках выбранных классификаций.

В результате такого отбора выборка составила 965 граффити, из которых 15% приходилось на благополучные районы, 36% – на неблагополучные и 48% были найдены в центре города. Выборка репрезентирует городскую популяцию граффити по районам.

Согласно типологии Д. Бушнелла, применительно к курганским граффити можно сделать следующие выводы. Наиболее распространены в г. Кургане контркультурные граффити (65%), причем наибольшее их число приходится на неблагополучные районы (30%) и центральную часть города (28%). Такие показатели отчасти могут быть обусловлены недостаточностью организованных форм досуга среди молодежи региона¹⁴.

Наиболее ярко выражают протестное содержание молодые националисты в своих трафаретах, которые в 2010 г. приобрели наибольшую популярность. Часто можно увидеть на стенах такие надписи: *Скажи нет заразе!, Хватит бухать!, Кури, бухай, рожай уродов!, Кто бухает, тот уже не решает!, Бухло не решает!* и другие со ссылкой sorgrotivlenie.su.

Свое мнение о музыкальных группах и направлениях райтеры запечатлели преимущественно на стенах зданий центральной части города (15%) и домов благополучных районов (10%). Это надписи такого содержания: *В. Цой жив!, Rock not dead, The Beatles* и др.

Выделенные Д. Бушнеллом в отдельную группу граффити футбольных фанатов не нашли широкого распространения среди курганцев и составили 6%, из которых наибольшая часть приходится на благополучные районы (2%). Среди таких граффити часто встречались трафаретные изображения общего содержания: *Все на футбол!*, реже надписи: *Зауралье чемпион, Локомотив чемпион, ЦСКА, Мостовик!*

Если ранжировать граффити по классификации, предложенной Дж. М. Гэдсби, то применительно к современным уличным рисункам и надписям можно сделать следующий вывод. Граффити социальной ориентации (81%) значительно преобладают над политическими (19%). Чуть меньше половины от всего числа анализируемых единиц приходится на социально ориентированные граффити центральной части города (40%).

По классификации Ф. Боса и Р. М. Помар, преимущество оказалось на стороне неполитических граффити – 74%. Наибольшее количество политических изображений и надписей были обнаружены в историческом центре города (17% от всего числа отобранных единиц анализа). Это те граффити, которые можно воспринимать как способ комму-

никации в современном городе. Некоторые из них, такие как трафаретные граффити sorgrotivlenie.su явно нацистского характера, быстро распространились по городу. Некоторые, нанесенные на стены зданий в предвыборный период (*Богомоллов – вор, Сабакин – друг Чубайса!, Банду Богомоллова под суд!*), закрашивались либо забеливались. Есть и несколько надписей внешнеполитического характера (12%): *Нет НАТО!, НАТО = война!*

Среди неполитических лидируют граффити, названные авторами «наркотическими», однако этот класс граффити требует уточнения: наряду с явно «наркотическим» (*Кури гандубас*) к нему отнесены граффити и «антинаркотического» содержания: *Хватит бухать, кто бухает, тот не выбирает, Курган – город без наркотиков* и др. Наиболее распространены подобные граффити в неблагополучных районах (24% от всего количества отобранных единиц анализа), где велик уровень преступности (Восточный поселок, район уголовно-исправительного учреждения № 4), в то время как в центре города зафиксировано лишь 8% антинаркотических граффити, а в благополучных районах – 1%.

Ранжирование курганских граффити по классификации Д. Козловска представлено в таблице.

По этой классификации к метатекстуальным относятся преимущественно теги (подписи райтеров) и иные надписи, не носящие строго политического или социального значения (например, «стена на Гипере»); они составляют 46% от всех граффити, зафиксированных в г. Кургане по состоянию на 2010 г.

Второе место по распространенности занимают художественные граффити (23%), которые можно подразделить по стилю шрифта: бомбинг, тэгинг, райтинг, стретчинг, троуап и др.

Наибольшее количество молодежных и эротических граффити (*Я люблю тебя, солнышко, С днем рождения ежик*) обнаружено в центре города. Однако в рамках данного исследования целесообразно несколько подкорректировать типологию, предложенную Д. Козловска и заменить эротические граффити на «любовно-эротические», исходя из содержания анализируемых граффити г. Кургана. Социальные граффити преобладают в благополучных районах (5%). Граффити-диалоги (*Мы здесь были 04.07.2008, здесь тусит школа № 7 20.05.2008, Тусеньши – золотце, Настюша – милашка, Лизочка – красотка, Ирочка – солнышко, Натюля – лапочка, Юленька – Светик, Симана – зайнька, Ирусик – мышонок, Ванюша – тигренок 22.09.07* и т. д.) чаще всего встречаются в благополучных районах вблизи учебных заведений: школ, техникумов и училищ (см. таблицу).

Таким образом, наибольшее количество граффити можно найти в центральной части г. Кургана и в его благополучных районах. Почти половину от всех граффити занимают метатекстуальные надписи и рисунки, на втором месте – художественные граффити. Наиболее распространены



Распределение видов граффити по классификации Д. Козловска по районам г. Кургана (2010 г.), %

Виды граффити	Благополучные районы	Неблагополучные районы	Центр города	Итого
Метатекстуальные	5,9	15,7	24,6	46,1
Художественные	2,9	10,4	9,6	22,9
Социальные	0,5	5,3	2,6	8,4
Молодежные	2,1	1,2	3,4	6,7
Политические	0,7	0,9	2,5	4,2
Любовно-эротические	0,6	1,1	1,6	3,3
Символические	–	–	2,6	2,6
Юмористические	0,8	0,7	0,9	2,5
Граффити-диалоги	1,4	0,1	0,2	1,7
Экзистенциальные	0,2	0,4	0,4	1,0
Пацифистские	0,1	0,1	–	0,2
Граффити-нонсенс	–	0,2	–	0,2
Граффити о поп-культуре	0,2	–	–	0,2
Итого	15,4	36,2	48,4	100,0

в Зауралье контркультурные граффити, а также изображения и надписи, носящие социальный характер.

Обобщая все вышесказанное, следует сказать, что граффити современного города все больше принимает на себя функцию визуальных форм коммуникации, посредством которых жители выражают свое мнение, отношение к существующему политическому строю, социальным проблемам и т. д.

При всем разнообразии концепций и классификаций исследователи сходятся на определении граффити как средства коммуникации. В качестве основополагающих черт граффити в этом отношении называют публичный и неофициальный характер этого явления. Как неофициальная форма массовой коммуникации граффити находится за рамками социальных институтов и цензуры, является своего рода альтернативой официальному дискурсу. В связи с этим отмечается, что места, где чаще всего можно встретить граффити, это, как правило, маргинальные зоны городского пространства, скрытые за парадным фасадом города. Местами скопления граффити являются подземные переходы, бетонные барьеры автотрасс, территория железнодорожных вокзалов и т. п. В любом городе есть свои «стены», на которых райтеры периодически обновляют граффити. В Кургане два таких общеизвестных места: «Стена на Гипере», длинный бетонный забор, находящийся напротив уголовно-исправительного учреждения № 4, и стена у железнодорожных путей в районе Некрасовского моста.

Анализ граффити современных городов, как провинциальных, так и более крупных, представляется перспективным исследованием, способным к продуцированию принципиально нового знания о российской действительности. Особенно при использовании фотофиксации как метода исследования в рамках визуальной социологии.

Примечания

- 1 См.: *Высоцкий С. А.* Средневековые надписи Софии Киевской. Киев, 1976; *Медынцева А. А.* Древнерусские надписи новгородского софийского собора. XI–XIV века. М., 1978.
- 2 См.: *Волобоев А. Н.* Теоретические подходы к изучению графических изображений в подростково-молодежной среде // Вестн. ун-та (Государственный университет управления). 2009. № 6. С. 25–27.
- 3 Там же.
- 4 См.: *Бажкова Е. В., Лурье М. А., Шумов К. Э.* Городские граффити (Санкт-Петербург, Пермь). URL: http://www.muar.ru/exhibitions/2004/exhibit200804_1.htm (дата обращения: 16.11.2012).
- 5 См.: *Бушнелл Д.* Грамматика настенных надписей // Психологические особенности самодетельных подростково-юношеских групп : сб. науч. тр. М., 1990. С. 93–106.
- 6 См.: *Gadsby J. M.* Looking at the Writing on the Wall : A Critical Review and Taxonomy of Graffiti. URL: <http://www.graffiti.org/faq/critical.review.html>. 1996 (дата обращения: 16.11.2012).
- 7 *Бушнелл Д.* Указ. соч. С. 26.
- 8 См.: *Kozłowska D.* Postmodernizm kulturowy w Polsce na przykładzie Pomarańczowej Alternatywy i graffiti : Polska specyficzna zjawisk i ich konteksty światowe : MA thesis. Warszawa, 1992.
- 9 Там же.
- 10 См.: *Koch W. A.* Simple Forms : An Encyclopedia of Text-Types in Lore and Literature. Bochum, 1994.
- 11 См.: *Gadsby J. M.* Op. cit.
- 12 Ibid.
- 13 См.: *Бажкова Е. В., Лурье М. А., Шумов К. Э.* Указ. соч.
- 14 См.: *Бритвина И. Б.* Молодежь дотационного региона // Социальное развитие региона : материалы Всерос. науч.-практ. конф. 15 декабря 2009 г. Тюмень, 2009. С. 36–41.