

**СТРИТ-АРТ КАК ФОРМА ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ
В СОВРЕМЕННОМ ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ
ЧЕЛЯБИНСКА)**
**STREET-ART AS FORM OF VISUAL COMMUNICATION IN MODERN
CITY PLACEMENT (CHELYABINSK AS EXAMPLE)**

Аннотация: В данной статье обобщаются основные подходы к изучению визуально-коммуникативных практик взаимодействия жителей и города. В качестве непосредственного объекта анализа выступает феномен стрит-арта – использование городских зданий и сооружений в качестве холста для нанесения изображений. Стрит-арт анализируется на примерах изображений, представленных в пространстве города Челябинска. Делается вывод о том, что в современной зрелищно-визуальной культуре стрит-арт может рассматриваться в качестве актуального и востребованного, а, главное, отражающего «живую» форму коммуникации города и его жителей – семиотически-коммуникативного послания.

Ключевые слова: стрит-арт; город; уличное искусство; городское пространство; граффити; уличный художник; взаимодействие; коммуникация.

Abstract: This article summarizes the main approaches to the study of visually communicative practices of interaction between residents and the city. As a direct object of analysis is the phenomenon of street art – the use of urban buildings and structures as a canvas for imaging. Street art is analyzed on the premiere of images presented in the city of Chelyabinsk. It is concluded that in the modern spectacular-visual culture, street art can be considered as an actual and popular, and, most importantly, reflecting the «living» form of the commune of the city and its inhabitants – a semiotic-communicative message.

Keywords: street art; city; street art; urban space; graffiti; street artist; interaction; communication.

Современный город предстает своеобразным «хранилищем» разного рода текстов, символических образов, семиотических посланий аудитории. Это и особое социокультурное пространство – интеллектуальное, языковое, коммуникативное, это и особая организация специфических структурных компонентов, поле взаимодействия различных слоев и групп населения. Само городское пространство может рассматриваться как площадка для удовлетворения самых различных потребностей культурного характера.

Безусловно, само по себе представление о городе не исчерпывается лишь заданной семиотически-коммуникативной трактовкой. Семиотический подход

(Н. П. Анциферов, Ю. М. Лотман, В. Н., Д. Л. Спивак, Р. Барт и др.), основывающийся на представлении города как носителя и транслятора культурной информации, на наш взгляд, становится наиболее актуальным подходом, отражающим развитие современной культуры, которую все чаще определяют как «зрелищную», «экранную», «визуальную».

Исследователи, в частности Д. Федотова [3], выделяют следующие функции городского пространства: транспортную, социальную или коммуникативную функции (улицы как место для общения, знакомств), экономическую (возможность для развития неформальной экономики на улице, для работы уличных музыкантов, торговцев, для различных маркетов, площадных театров), а также – игровую.

В данной статье мы обратимся не столько к официально и институционально оформленным способам трансляции информации в пространстве городской культуры, сколько к особенностям интеракции стихийных образований с локусами городского пространства. Нами было выделено несколько основных стратегий использования городского пространства:

- сценически-музыкальное – использование открытых городских площадок как сцены для демонстрации музыкальных способностей (уличные музыканты);
- графически-визуальное – использование городских зданий и сооружений в качестве холста для нанесения изображений;
- приключенческое игровое (уличные квесты) – использование городского пространства как пространства реализации игровых сценариев;
- спортивно-игровое (субкультура workout) – использование городских пространств в спортивных целях.

В этом перечне особое место принадлежит стрит-арту – форме визуального послания, выступающего особой «меткой», с одной стороны, специфически-индивидуальной для каждого города, с другой – универсальной по самому факту обращения уличных художников к данному визуально-презентационному жанру. Стрит-арт пока не имеет своей терминологии и теоретической базы, что создает ряд трудностей при разграничении тех видов уличного искусства, которые к этому термину можно отнести. Однако если рассматривать стрит-арт с точки зрения искусства, то под стрит-артом понимают вид изобразительного искусства, характеризующийся ярко выраженным урбанистическим стилем. Он зарекомендовал себя и в качестве действенного способа протестного освоения городского пространства.

Если исходить из того, что как таковых жанровых рамок стрит-арта не существует, то жанровый репертуар стрит-арта практически неисчерпаем, к нему можно отнести почти любые формы протестной уличной активности (окутывание зданий и сооружений в материю или ткани, проецирование видео на строение или пустыри, флешмобы, инсталляции под открытым небом и многое другое).

Однако традиционно в стрит-арт входят:

- граффити;
- рисунок по трафарету или шаблону;

- расклейка стикеров и плакатов;
- муралы (огромные настенные рисунки) [1].

Относительно новым течением в стрит-арте считается 3D-граффити. Чаще всего в качестве полотна для творчества уличные художники используют асфальт, изображая на нем уникальные и реалистичные образы, которые под определенным углом кажутся объемными.

Стрит-арт, а в частности граффити, можно встретить как в центре, так и в спальных районах. К сожалению, в центре творения уличных художников нередко портят внешний вид зданий и мостов и не всегда органично вписываются в окружающий контекст. Обычно это такие стили граффити, как throw up, bubble letters и просто обычные тэги. Например, в Челябинске так расписан бетонный забор перед Торговым центром.

В жилых районах ситуация иная, во дворах, кроме типичных тэгов, можно встретить очень занимательные работы в dime style, freestyle, кэрак, динамичном стиле.

Некоторые организации используют стрит-арт в качестве рекламы для своей организации, что направляет энергию уличных художников в мирное русло и способствует привлечению внимания к самой организации. Так, например, на Ворошилова 27 расписана Ветеринарная клиника, на ней изображены домашние животные. Данное здание выгодно выделяется среди типовых застроек и несколько не портит вид района.

Поскольку занятие граффити не совсем легально, то и сообществ с работами художников, осваивающих уличное пространство без согласования с администрацией, в Интернете нет. Зато по запросу в поисковике «граффити, стрит-арт Челябинск» найдется множество фотографий с разрисованными зданиями и сооружениями города, естественно, без настоящих имен авторов. В социальных сетях можно найти только группы, предлагающие художественное оформление и роспись жилых и офисных помещений. Таких сообществ по Челябинску нашлось около 10. Самые популярные насчитывают около 3500 участников. Также в Челябинске существует магазин, продающий все необходимое для занятий граффити (баллончики, заправки, маркеры и т. д.). Располагается он по адресу Энгельса, 63. Данный магазин предлагает и индивидуальное обучение граффити.

Чтобы хоть как-то легализовать данное направление в Челябинске проводятся различные мероприятия, где райтеры могут показать свои таланты без правонарушений. Так, например, ежегодно проводится фестиваль «Продвижение», где, в том числе, принимают участие художники граффити. Они создают скетчи, которые можно каким-либо образом задействовать в условиях города. Например, рисуются эскизы, которые можно было бы использовать для росписи городского транспорта.

В июле 2014 года стартовал совместный проект администрации Челябинска, сайта 74.ru и управления по делам молодежи. В его рамках был объявлен конкурс эскизных рисунков в стиле граффити, лучшие из которых были выбраны для нанесения на здания города. Теперь лучшие работы уличных художников украшают жилые дома. Солнечная девочка, пускающая мыльные пузыри,

на фасаде здания на Свердловском проспекте 28, рыжий пушистый кот на крыше дома на Алом Поле, свободные журавли, парящие над небом Урала, около театра ЧТЗ и цветущее древо знаний на Комсомольской площади [2].

Таким образом, мы можем говорить о том, что в современной зрелищно-визуальной культуре стрит-арт может рассматриваться в качестве актуального и востребованного, а главное, отражающего «живую» форму коммуникации города и его жителей – семиотически-коммуникативного послания.

Библиографический список

1. Голышко-Вольфсон, Д. Стрит-арт: теория и практика обживания уличной среды / Д. Голышко-Вольфсон // Художественный журнал. – № 81. – <http://permm.ru/menu/xzh/archiv/81/9.html>.

2. Корякин, С. Стрит-арт по-челябински. – <http://mychel.ru/text/freetime/857048.html>.

3. Место встречи: 4 функции городских улиц // Большая Деревня. – <http://bigvill.ru/city/5463-mesto-vstrechi-4-funktsii-gorodskih-ulits/>.