

*ВЛИЯНИЕ ГРАФФИТИ И СТРИТ-АРТА НА СОЗНАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ***А.В. ПЕТРОВА, О.А. КУЗНЕЦОВА**

*Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2;
электронная почта: ahowell@list.ru, oksana.kuznecova.1974@bk.ru*

Статья повествует о влиянии уличного искусства, а точнее граффити и стрит-арта, на сознание потребителей. Также рассказывается об основных направлениях такого искусства, истории его развития и выдающихся представителях, таких как Бэнкси и другие.

Ключевые слова: граффити, стрит-арт, уличное искусство, уличные художники, потребители, воздействие на потребителей.

Прежде всего стоит рассмотреть, что такое граффити и стрит-арт: вандализм или искусство? Это весьма неоднозначный вопрос, ведь, с одной стороны, в некоторых городах и странах данные явления противозаконны, но с другой – это одно из направлений творческой деятельности и ее своеобразная форма проявления, через которую выражают себя, свои мысли и идеи уличные художники.

Стрит-арт в переводе с английского языка означает «уличное искусство». Оно включает в себя следующие виды: настенные рисунки, изображения в общественных местах и на различных объектах, уличные инсталляции, постеры, трафареты и др.

Стрит-арт – это любое искусство, созданное на улице и в рамках улицы. Под стрит-артом можно понимать и уличных музыкантов.

Стрит-арт – это провокация воображения. Человеку приходится самостоятельно осмыслять увиденное, каждый в меру своей развитости, эрудиции и видения мира понимает смысл [1, С. 35-36].

Граффити (от итал. *graffito* – надписи) – это уличная живопись и неотъемлемая часть стрит-арта.

Граффити – это рисунки или надписи, выцарапанные, написанные или нарисованные краской или чернилами на стенах и других

поверхностях. К граффити можно отнести любой вид уличного раскрашивания стен, на которых можно найти все: от простых написанных слов до изысканных рисунков.

Виды граффити:

– тэггинг – такие изображения похожи на таинственные сообщения, кроме того, путем нанесения тэгов изображаются инициалы художника;

– бомбинг – такие изображения характеризуются тем, что содержат всего лишь два или три цвета, кроме того, они очень быстро наносятся, от чего страдает качество рисунка. Цель таких граффити – покрыть большой размер поверхности;

– writing. Это основной вид граффити, в сущности, это и есть само граффити, точнее то, что рисуется графферами на стенах. Разнообразные куски, выполненные в различных стилях. Все, кто рисует на стенах, называются райтерами.

Изначально граффити было распространено только по одному своему виду – тэггингу. Именно с него началась история этой субкультуры. Тег – это подпись райтера, его ник, выполняемый одним цветом очень быстро, но со вкусом [3, С. 48-49].

Возможно, именно из-за того, что сначала граффити использовалось только для обозначения территории и автора послания, сейчас возникают противоречия: одни источники говорят, что граффити подразумевает под собой только использование шрифтов и символов, что граффити, в отличие от стрит-арта, не концептуально и не несет за собой идей и глубоких мыслей, в то время как другие источники утверждают обратное.

Какова история появления и становления уличного искусства? А она весьма многогранна и интересна, ведь первым наскальным рисункам и пиктограммам тысячелетия. В основном это были сцены охоты, животные и окружающая природа.

Древние римляне зачастую делали карикатурные граффити с изображениями власть имущих. Тогда это направление использовалось как

инструмент и для признания в любви, и для передачи своих мыслей и для политической риторики.

В Помпеях отображалось извержение вулкана Везувия, различные проклятия, магические заклинания, алфавит, политические лозунги и многое другое.

Граффити практически одновременно появилось в разных частях света: в древнем Египте и в одном из своих крупнейших городищ майя под названием Тикаль.

В Новгороде сохранились 10 примеров работ, относящихся к одиннадцатому веку. Большая часть посланий этого народа несет молитвенный посыл, хотя, иногда можно найти и какие-то шуточные сообщения.

На протяжении всей истории человечества граффити продолжало существовать. Даже в эпоху Возрождения это искусство было не забыто. Микеланджело и Рафаэль отправлялись в золотой дом Нерона где вырезали собственные имена, после чего они приступали к активной работе.

Затем, во время Второй Мировой Войны среди американских солдат стало распространяться выражение «Kilroy was here». Со временем, она стала дополняться и изображением. Основная легенда гласит, что некий корабельный инспектор Джеймс Килрой, осматривая построенные корабли и проверяя качество работ, рисовал эту картинку как своеобразный знак качества. Затем эти корабли отправлялись на фронт, а рисунок вызывал удивление у солдат, которые не могли понять, кто же успел побывать здесь до них [2, С. 14-19].

Вот так и возникла легенда о Килрое – супер солдате, который успевал всегда и везде первым. Идея была подхвачена американскими солдатами, и в они начали рисовать Килроя везде, где оказывались, при этом заверяя всех остальных, что рисунок был здесь еще до их прихода.

Затем была волна появления надписей по всему Нью-Йорку, гласивших «Bird Lives». В Париже, при забастовках 1968 года стала популярна фраза «L'ennui est contre-révolutionnaire», что в переводе означает «Скука контрреволюционна». Граффити на протяжении всего существования человека было прочно вплетено в его культуру.

1975 год ознаменовался созданием граффити размером с вагон. А через год уличные художники смогли разрисовать целый состав. Намного позже граффити стали считать направлением в изобразительном искусстве.

В начале 80-х годов XX века начинают снимать даже фильмы о творчестве уличных художников. Именно в это время появляется новое направление – трафаретные граффити [5, С. 18-19].

За последние годы Европа значительно уступила уличному искусству, и лидирующими странами, в которых особенно распространились граффити, стали Италия и Франция.

После них идут Польша и Чехия. В Швейцарии или Финляндии уже никого не удивляет, что скандинавский пейзаж часто оживляют картины уличных художников.

Граффити в России появилось в 1985 году. Именно в это время был популярен брейк-данс, который является частью культуры хип-хопа.

Изначально граффити можно было увидеть на декорациях фестивалей, посвященных брейк-дансу.

В то время стал популярным граффитист-калининградец Макс-Навигатор. Однако в Москве долгое время граффити не появлялось и не развивалось. И только совсем недавно и в столице России появились мастера граффити и стрит-арта.

Сейчас уличное искусство начинает «переходить» в галерейный формат: работы Бэнкси продаются в галерее Нью-Йорка, была выставка лондонских граффитчиков в Москве, выставка трафаретов «Трафого».

Стрит-арт не имеет границ. В современности поменялся мотив: не революция, не протест, а искусство. То есть, многие художники больше не

хотят говорить, что мир не совершенен, они хотят говорить о важных социальных и политических аспектах и моментах, которые их беспокоят, потому что в этом смысл их искусства.

Некоторые художники видят свое творчество как интересный способ коммуникации с городской средой. Франко-испанский художник Эльтоно рисует геометрические лабиринты. Габриэль Риз превращает городской мусор в скульптуры, инсталлируя их в заброшенных местах Нью-Йорка и Торонто. Брэд Доуни разбирает брусчатку и выстраивает из нее разного рода геометрически упорядоченные конструкции.

Некоторые создают собственные бренды одежды, как, например, Джош Франклин, более известный как Стэш. Он – американский граффити-райтер, который одним из первых начал создавать субкультурную уличную одежду в Нью-Йорке, и на его счету десятки совместных проектов с мировыми брендами. Позднее он создал собственный бренд, который сейчас является брендом кроссовок [4, С. 28-29].

Что ближе художнику – тем он и занимается, и сейчас постепенно снимаются ограничения на свободу уличного искусства, оно, наоборот, становится востребованным настолько, что даже бренды с мировым именем используют его в своей деятельности. Например, GUCCHI запустил проект Gucci Art Wall в 2017 году в Милане, Нью-Йорке, Лондоне и Гонконге.

Другие же художники через свое творчество обращают внимание людей на социальные и политические аспекты жизни. Самым известным таким художником является Бэнкси.

Бэнкси – самый загадочный и обсуждаемый уличный художник современности. Он работает в собственной оригинальной технике, используя не только баллончики с распыляющейся краской, но и заранее подготовленные трафареты. Его рисунки – это всегда символические высказывания, которые несут в себе социальную проблематику. Бэнкси

привлекает внимание к самым важным и насущным вопросам: пороки общества потребления, безвинные жертвы войн, глобальное потепление и так далее. Он сделал то, что ранее не удавалось ни одному стрит-арт художнику – вывел граффити на уровень искусства.

Анонимность стала неотъемлемой частью образа художника. Однажды Бэнкси сказал: «Если вы хотите что-то сказать, чтобы люди вас услышали, вам нужно быть в маске». Он объясняет свою анонимность, как социальную позицию против культуры, которая занимается пустой болтовней вместо осмысления.

Однажды Бэнкси решил, что его работы смогут разбавить чопорность и претенциозность выставок в музеях Европы и Америки. Несколько раз он проникал в разные выставочные залы и оставлял на память собственные картины или небольшие художественные композиции.

Бэнкси пропагандирует свободное искусство, он уже не раз высказывался на эту тему. Художник хочет, чтобы его картины были доступны всем желающим, а не только тем, кто может себе позволить купить билет в музей [6, С. 41-43].. По этой причине его экспозиции иногда появляются в самых непривычных для этого местах – в тоннелях железнодорожных путей или на товарных складах.

Среди знаменитостей, которые стали счастливыми обладателями работ художника – Анджелина Джоли, Брэд Питт и Кристина Агилера.

Некоторые примеры его работ с явным социальным подтекстом:

1. «Сектор газа» – милый котенок с розовым бантиком, который появился на обломках стены в городе Бейт-Ханун, на северо-востоке Сектора Газа в 2015 году. Район был сильно поврежден во время атак израильской армии. Как сказал Бэнкси, он хотел подчеркнуть ужасающие разрушения региона, публикуя фотографии на своем сайте, но люди в интернете больше любят разглядывать картинки с симпатичными котиками.

2. «Голубь мира» – политическое высказывание художника, осуждающее тех, кто является частью палестино-израильского конфликта. Бетонная стена, на которой он изображен, отделяет две страны друг от друга. В клюве у голубя – оливковая ветвь, традиционная для изображения посланника, возвещающего об умиротворении и спокойной жизни. Но на голубе – пуленепробиваемый жилет, а на грудь его нацелена красная мишень. Какую мысль несет этот арт-объект? Мир возможен только в том случае, когда обе стороны конфликта захотят этого.

3. «Извините! Образ жизни, который вы заказали, сейчас отсутствует на складе» – это граффити расположилось на стене одного из домов в деловом районе города. Такое удачное место для изображения позволяет видеть рисунок даже с большого расстояния из окон офисных зданий. Надпись – это сатира на спад в английской экономике.

4. «Шпионская будка». В этой работе художник изобразил трех правительственных агентов в коричневых плащах и солнцезащитных очках, которые подслушивают разговоры из телефонной будки. Бэнкси оставил это граффити всего в нескольких милях от Центра правительственной связи (спецслужбы Великобритании, занимающейся радиоэлектронной разведкой и охраной государственных тайн).

Это произведение искусства стало реакцией художника на заявления Сноудена о том, что спецслужбы прослушивают телефонные разговоры и читают личные переписки всех интересующих их граждан – от президентов до обыкновенных людей.

5. «Следуйте за своими мечтами – отменено». Во время своего визита в Америку в 2010 году Бэнкси оставил это граффити на стене дома в Бостоне. На нем изображен уставший художник рядом со словами «Следуйте за своими мечтами». Однако эта фраза второстепенна на рисунке: ее перекрывает надпись «Отменено». Расположение (бедный район Бостона) придает более глубокую трактовку этому арт-объекту. Возможно, художник хотел привлечь внимание к вопросу социального

неравенства. Но есть и более общее толкование рисунка: проснитесь и посмотрите на тот мир, в котором вы живете, а затем приложите усилия, чтобы изменить его.

6. «Девочка с воздушным шаром». Она стала одной из самых знаменитых его картин. На рисунке девочка стоит с вытянутой вперед рукой по направлению к красному воздушному шару в форме сердца. Лицо ее не выражает экспрессивных эмоций, она спокойна. И все же не понятно, она тянется за шариком, чтобы его поймать или наоборот – отпустить.

Некоторые считают, что Бэнкси хотел сказать, что в современном мире дети слишком рано прощаются с детством. Но сам художник позже прокомментировал свое произведение искусства такой фразой: «Когда придёт время – уходите, просто уходите спокойно и не поднимайте шум».

В рамках аукциона произведение было продано приблизительно за 1 миллион долларов, однако после завершения торгов раздался сигнал тревоги, и встроенный в раму шредер превратил картину в бумажный мусор. Судя по всему, Бэнкси дистанционно привел в действие устройство.

Другие известные уличные художники:

– Таки 183. Он не художник в обычном понимании и оставлял только теги со своим настоящим именем и цифрой 183, которая обозначала улицу его проживания. Традиционно считается пионером бомбинга. Он работал курьером, что и позволяло совмещать приятное с полезным. Перемещаясь по Нью-Йорку райтер мог оставлять свой тег в самых разных местах, что позволило добиться очень высокого уровня узнаваемости подписи. Таки 183 стал одной из первых легенд мира уличного искусства.

– Блэк Ле Рат. Французский художник граффити, известный в качестве родоначальника использования трафаретов в уличном искусстве. Он прославился тем, что его работы однозначно сделали Париж лучше. Ни у кого никогда не повернулся язык назвать такое творчество вандализмом. Бывали случаи, когда его не задерживали полицейские, а

если и задерживали, то быстро отпускали, поскольку полицейским и судьям по-настоящему нравилось то, что он делал. Скорее всего Блэк Ле Рат является первым дизайнером городской среды.

– Кирилл Кто. Свой стиль он нашёл в двух вещах — стал оставлять на стенах не подписи, а цитаты, юмористические или философские утверждения. Чаще всего буквы выполнены разными цветами. Иногда рядом с ними находятся фигуры странных персонажей, о которых лучше ничего не спрашивать.

– Никита Руфас и Денис Благо – часть стрит-арт объединения «Любовь», которое занимается социальными проектами. Художники и небольшая база волонтеров из разных городов России объединились вокруг общей идеи – они искренне хотят изменять мир с помощью искусства.

Они рисовали граффити в детской колонии в Кировграде и каждый желающий заключенный мог принять участие в этой акции. Дальше они будут расписывать трехэтажный хоспис и возьмутся за другие проекты, направленные во благо. Еще одна точка в планах – женская колония в Нижнем Тагиле, где есть дом ребенка.

Граффити и стрит-арт – неотъемлемая часть истории человечества, а также инструмент, позволяющий влиять на сознание потребителей таким образом, каким это захочет уличный художник.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маккормик К. История безудержного городского искусства – 2015. – 320 с.
2. Льюисон К. Уличное искусство: революция граффити – 2008. – 160 с.
3. Нгуен П., Маккензи С. За улицей: 100 ведущих деятелей городского искусства – 2012 – 82 с.
4. Щепакин М.Б., Ерок А.Д., Кузнецова О.А. Синхронизация маркетингового поведения субъектов при построении моделей экономического

роста бизнеса. Экономика и предпринимательство. 2016. № 12-2 (77). С. 743-758.

5. Shchepakin M.B., Khandamova E.F., Fitsurina M.S., Kuznetsova O.A., Shumsky N.V. Marketing tools of innovation development management *Espacios*. 2018. T. 39. № 31.

REFERENCES

1. Makkormik K. *Istoriya bezuderzhnogo gorodskogo iskusstva – 2015.* – 320 s.

2. Lyuison K. *Ulichnoe iskusstvo: revolyutsiya graffiti – 2008.* – 160 s.

3. Nguen P., Makkenzi S. *Za ulitsey: 100 vedushchikh deyateley gorodskogo iskusstva – 2012 – 82 s.*

4. Shchepakin M.B., Erok A.D., Kuznetsova O.A. *Sinkhronizatsiya marketingovogo povedeniya subektov pri postroenii modeley ekonomicheskogo rosta biznesa. Ekonomika i predprinimatelstvo. 2016. № 12-2 (77). S. 743-758.*

5. Shchepakin M.B., Khandamova E.F., Fitsurina M.S., Kuznetsova O.A., Shumsky N.V. *Marketing tools of innovation development management Espacios. 2018. T. 39. № 31.*

INFLUENCE OF GRAPHITY AND STREET ART ON CONSCIOUSNESS OF CONSUMERS

A.V. PETROVA, O.A. KUZNETSOVA

*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072,
e-mail: oksana.kuznecova.1974@bk.ru*

The article tells about the influence of street art, or rather graffiti and street art, on the minds of consumers. It also tells about the main directions of such art, the history of its development and outstanding representatives such as Banksy and others.

Keywords: graffiti, street art, street artists, consumers, consumer impact.